

**PENETAPAN HARGA JUAL TELOR PUYUH
(Studi Pada Peternak Puyuh di Desa Merak Batin Kec.Natar
Kab.Lampung Selatan)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Ilmu Syari'ah

Oleh :

RISKA ANGGRAINI

NPM: 1521030123

Program Studi : Muamalah



**FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1441 H / 2019 M**

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG PERSAINGAN BISNIS DALAM
PENETAPAN HARGA JUAL TELOR PUYUH
(Studi Pada Peternak Puyuh di Desa Merak Batin Kec.Natar
Kab.Lampung Selatan)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Ilmu Syari'ah

Oleh :

RISKA ANGGRAINI

NPM: 1521030123

Program Studi : Muamalah

Pembimbing I : Prof.Dr. H. Moh.Mukri, M.Ag.

Pembimbing II: Drs. Susiadi AS.,M.Sos.I.

**FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1441 H / 2019 M**

ABSTRAK

Jual beli yang dilakukan telah menjadikan manusia masing-masing saling membutuhkan satu sama lain, Dalam Prakteknya penetapan harga jual telur puyuh di Desa Merak Batin ini adalah jual beli yang di lakukan berdasarkan beberapa kelompok peternak yang ada di tempat, dimana harga yang dipergunakannya berdasarkan kesepakatan bersama sesama penjual dari peternak telur puyuh. Dan dalam penetapan harga nya yang sebagai acuan naik turun harga yaitu dari proses kualitas pangan dari kandang, serta dengan perekonomian yang terjadi pada saat itu dalam ekonomi pasar.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu pertama bagaimana praktek penetapan harga jual telur puyuh dalam persaingan bisnis di Desa Merak batin? , kedua bagaimana tinjauan hukum islam terhadap persaingan harga dalam bermuamalah? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penetapan harga dalam sistem jual beli yang terjadi di peternak telur puyuh dan mengetahui pandangan hukum ekonomi islam tentang persaingan harga dalam penetapan harga jual telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*) yang bersifat deskriptif normatif, diperkaya dengan data kepustakaan. Sumber data yang digunakan yaitu adalah sumber data primer dan sekunder. Dalam praktek nya jual beli yang dilakukan dalam peternakan telur puyuh ini yaitu terdiri dari 4 kelompok, 1 sampai 3 peternak merupakan semitra atas kepemilikan satu orang dan 1 kelompok lainnya yang merupakan kepemilikan orang lain menjadi persaingan dalam bisnis peternak telur puyuh dengan harga yang murah dan harga yang seharusnya. Kesepakatan yang telah dibuat oleh ke 4 peternak dilanggar oleh salah satu peternak dengan penjualannya yang lebih murah dari harga yang telah disepakati bersama. Sehingga menurut tinjauan hukum islamnya yaitu perbuatan seperti ini merupakan perbuatan tidak amanah dan merugikan orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikemukakan bahwa apa yang dilakukan oleh kesepakatan jual beli yang dilakukan ke 4 peternak tersebut ada unsur tidak amanah terhadap sesama peternak telur puyuh, penetapan harga yang ditentukan adalah berdasarkan perekonomian masyarakat yang ada serta perekonomian harga pasar. Namun di dalam tinjauan hukum islamnya ulama memperbolehkan jual beli dan penetapan harga yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan harga yang murah selama masing-masing pendagang menjual barang miliknya dengan harga yang ia suka, maka tidak ada alasan untuk melarangnya.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS SYARI'AH**

Alamat : Jl. Letkol H Endro Suratman Sukirama Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN


Judul : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG
PERSAINGAN BISNIS DALAM
PENETAPAN HARGA JUAL TELOR PUYUH
(Studi Pada Peternak Telor Puyuh di Desa Merak
Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung
Selatan)**
Nama : **Riska Anggraini**
NPM : **1521030123**
Fakultas : **Syari'ah**
Jurusan : **Mu'amalah**


MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang
Munaqasyah Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag.
NIP: 195904161987031002


Drs. Susiadi AS., M.Sos.I
NIP: 195808171993031002

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Mu'amalah**


Khoiruddin, M., S.I.
NIP. 197807252009121002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat : Jl. Letkol H Endro Suratman Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG PERSAINGAN BISNIS DALAM PENETAPAN HARGA JUAL TELOR PUYUH (Studi Pada Peternakan Telor Puyuh di Desa Merak Batin kec.Natar Kab. Lampung Selatan)**. Disusun oleh Riska Anggraini NPM 1521030123 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) telah diujikan dalam sidang Munaqosah Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung, pada hari Rabu tanggal 04 September 2019 pukul 13.30-15.30 WIB, Ruang Sidang 2 Gedung Fakultas Syariah.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : Ghandy Liyorba Indra, M.Ag.

Sekretaris : Abuzar Alghifari, S.Ud., M.Ag

Penguji I : Dr. H. Muhammad Zaki, M.Ag.

Penguji II : Drs. Susiadi AS., M. Sos.I.

DEKAN,

Dr. H. Khairuddin, M.H.

NIP. 196210221993031002

MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا

أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ

كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”¹

(Q.S. An-Nisa : 29)

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Al-Muyassar, 2014), h.159.

PERSEMBAHAN

Diriku mempersembahkan karya ilmiah atau Skripsi ini untuk orang-orang yang aku sayangi dan diriku cintai yang selalu membantu dan hadir di setiap langkahku dan hari-hariku dalam menghadapi perjuangan hidup yang kualami ini. Sebagai bentuk ucapan rasa syukur dan terima kasih yang teramat banyak yang tak terhingga yang tetap setia mendukung dan memberi diriku suport serta doa yang tulus dalam kehidupan ku khususnya kepada :

1. Untuk orang tua ku yang tercinta Bapak Sarbini dan Ibu Sunarti, atas segala pengorbanan dan jasa serta doa yang tiada henti-hentinya, dukungan moral, materi, serta dalam motivasi pun mereka berikan dengan baik dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. Serta Saudari saya Lulu Luqyana Arifqah, dan Sahabatku yang selalu mendukung disetiap langkah dan hari-hari terberat ku tidak lumpuh untuk saling mendukung dan memberi motivasi dalam mencapai keberhasilan.
3. Almamater tercinta dan terkasih Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mendidik dan mendewasakan diriku dalam berfikir dan dalam bertindak yang baik.

RIWAYAT HIDUP

Riska Anggraini dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 04 Januari 1997, anak pertama dari pasangan (Sarbini) dan (Sunarti). Pendidikan dimulai dari Taman kanak-kanak (TK) Kartika II-31 Kota Bandar Lampung selesai pada tahun 2003, Sekolah Dasar (SD) Kartika II-6 Kota Bandar Lampung selesai pada tahun 2009, Sekolah Menengah Pertama (SMP) Kartika II-2 Kota Bandar Lampung selesai pada tahun 2012, Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 7 Bandar Lampung selesai pada tahun 2015 dan mengikuti pendidikan tinggi pada Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester I Tahun Akademik 2015/2016.

Bandar Lampung, 2019
Yang membuat,

Riska Anggraini

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmatnya serta hidayahnya dan kasih sayang yang dimana sehingga kita dapat menyelesaikan tugas Skripsi ini dengan baik dan benar. Sholawat serta salam yang tercurahkan kepada baginda besar kita Nabi besar Muhammad Saw, yang semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari yaummul akhir nanti.

Adapun judul skripsi ini yaitu “ Tinjauan Hukum Islam Tentang Persaingan Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Telor Puyuh (Studi Pada Peternak Puyuh di Desa Merak Batin Kec.Natar Kab.Lampung Selatan). Skripsi ini ditulis dan diselesaikan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata satu (S1) Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Ilmu Syariah.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi tersebut. Oleh karena itu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi setinggi-tingginya kepada semua pihak yang terlibat atas penulisan skripsi ini. Secara khusus ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag., selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung dan selaku dosen pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktu tenaga serta fikiran dalam membimbing, mengarahkan serta memotivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.

2. Dr. KH. Khairuddin Tahmid, MH selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung.
3. Khoiruddin. M.,S.I., Selaku Ketua Jurusan Muamalah Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa mengarahkan dan memberi motivasi kepada saya sehingga terealisasikan skripsi ini.
4. Drs. Susiadi AS.,M.Sos.I., selaku dosen pembimbing II sekaligus pembimbing akademik yang telah sabar dan bersedia selalu meluangkan waktunya, serta tenaga dan fikirannya dalam membimbing skripsi ini, mengarahkan dan memotivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Tim penguji 1 Dr.H. Muhammad Zaki,M.Ag, Penguji 2 Drs.Susiadi AS.,M.Sos.I. Serta ketua sidang Bapak Gandhi Liyorba Indra, M.Ag. dan sekretaris Abuzar Alghifari, S.Ud.,M.Ag.
6. Seluruh dosen Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta membimbing saya menjadi yang lebih baik lagi selama studi.
7. Kepada pemilik peternakan telur puyuh di Desa Merak batin yang telah memberikan izin penulis untuk mengadakan penelitian, sehingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuanganku Muamalah B angkatan 2015, dan Sahabat-Sahabat karibku Etika Yolan Melati, Nur Tiara Sari, Siti Hanivah. Terimakasih atas suport dan dukungannya, semangat serta

doanya yang terbaik dan yang telah bersedia berbagi cerita selama masa studi.

9. Dan kepada pesemangat terdeka kekasihku Muhammad Rizki Irwanda yang telah membantu baik itu dukungan dan moral yang telah menyemangati di setiap langkah sehingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Kepada semua pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berjasa membantu menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya, mudah-mudahan betapa kecilnya skripsi ini sehingga dapat menjadi sumbangan yang amat berarti dalam pengembangan dan kemajuan bagi ilmu pengetahuan, khususnya dibidang ilmu-ilmu hukum dan keislaman.

Bandar Lampung, 2019

Riska Anggraini
NPM. 1521030123

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN..... | vii |
| RIWAYAT HIDUP | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---|---|
| A. Penegasan Judul | 1 |
| B. Alasan Memilih Judul | 2 |
| C. Latar Belakang Masalah | 3 |
| D. Rumusan Masalah | 6 |
| E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 6 |
| F. Metode Penelitian | 6 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. Jual Beli Dalam Hukum Islam | |
| 1. Pengertian Jual Beli | 11 |
| 2. Dasar Hukum Jual Beli | 12 |
| 3. Rukun dan Syarat Jual Beli..... | 14 |
| 4. Macam-Macam dan Bentuk Jual beli..... | 15 |
| 5. Khiyar Dalam Jual Beli..... | 20 |
| 6. Prinsip Dasar Muamalah | 27 |
| 7. Manfaat dan Hikmah Jual Beli | 35 |

| | |
|---|----|
| B. Penetapan Harga Menurut Pandangan Ekonomi Islam | |
| 1. Pengertian Harga Menurut Pandangan Tokoh Muslim..... | 36 |
| 2. Pengertian Tentang Penetapan Harga Jual..... | |
| 3. Metode-metode Penetapan Harga | 41 |
| 4. Tujuan dan sasaran Penetapan Harga Jual | 47 |
| 5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga..... | 50 |

BAB III HASIL PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Peternakan Telor Puyuh Di Desa Merak Batin Kec.Natar Kab.Lampung Selatan | |
| 1. Sejarah Singkat Berdirinya Peternakan Telor Puyuh di Desa Merak Batin | 58 |
| 2. Profil Peternakan Telor Puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab.Lampung Selatan..... | 59 |
| B. Mekanisme Penetapan Harga Jual Telor Puyuh di Desa Merak Batin Kec.Natar Kab.Lampung Selatan | |
| 1. Praktek Jual Beli Telor Puyuh di Desa Merak Batin Kec.Natar | 60 |
| 2. Proses Penetapan Harga Dalam Jual Telor Puyuh di Desa Merak Batin Kec.Natar Kab. Lampung Selatan | 63 |

BAB IV ANALISIS DATA

| | |
|---|----|
| A. Penetapan Harga Jual Telor Puyuh Dalam Persaingan Bisnis | 66 |
| B. Pandangan Hukum Islam Tentang Persaingan Penetapan Harga Jual Peternak Telor Puyuh..... | 68 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 73 |
| B. Saran | 75 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal mendapatkan gambaran yang jelas untuk memfokuskan pemahaman agar tidak lepas dari pembahasan atau salah penafsiran dikalangan pembaca maka perlu adanya penjelasan secara rinci terhadap arti dan makna istilah yang terkandung di dalam judul skripsi ini.

Judul skripsi ini adalah **“Tinjauan Hukum Islam Tentang Persaingan Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Telur Puyuh (Studi Pada Peternak Puyuh di Desa Merak Batin, Kec. Natar, Lampung Selatan)”**.

Adapun beberapa istilah yang terdapat dalam judul dan perlu untuk di tegaskan adalah sebagai berikut:

1. Tinjauan

Hasil meninjau; pandangan; pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dsb) sebagai pemeriksaan yang teliti, menyelidik, kegiatan pengumpulan data, pengolahan, analisa dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan.²

2. Hukum Islam

Hukum Islam adalah peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an/hukum syara.³

²Dapartemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2010), h.293.

³Sudarsono, *Kamus Hukum* (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2007), h. 169.

3. Persaingan

Persaingan adalah perihal bersaing; konkurensi; di antara sesama pedagang bermodal kecil tidak akan menguntungkan mereka. Usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dsb.⁴

4. Penetapan Harga

Penetapan harga yaitu proses, cara, perbuatan menetapkan; penentuan; pengangkatan dalam menentukan sebuah nominal yang dipergunakan untuk jual beli sebagai bentuk menentukan kaidah hukum konkret yang berlaku khusus.⁵

B. Alasan Memilih Judul

Ada beberapa alasan yang membuat penulis tertarik dalam memilih judul ini untuk sebagai bahan penelitian, di antaranya sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Alasan objektif dari penelitian ini adalah sudah mulai banyaknya persaingan harga untuk jual beli yang sehingga menimbulkan adanya penetapan harga yang berbeda dalam bermuamalah (jual beli), maka perlu diketahui tentang masalah tersebut dalam Hukum Ekonomi Islam.

⁴Dapartemen Pendidikan Nasional, *Op.Cit.*, h.1202.

⁵*Ibid.*, h.1457.

2. Alasan Subjektif

Alasan subjektifnya yaitu di mana judul skripsi ini berhubungan dengan pembelajaran di bidang muamalah dan bertujuan untuk sebagai penunjang isi dari tugas akhir atau sekripsi.

C. Latar Belakang Masalah

Jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu (akad). Allah Swt telah menjadikan manusia masing-masing saling membutuhkan satu sama lain, supaya mereka tolong-menolong, tukar-menukar keperluan dalam segala urusan kepentingan hidup masing-masing, baik dengan jalan jual beli, sewa menyewa, bercocok tanam, atau perusahaan yang lain-lain, baik dalam urusan kepentingan sendiri maupun untuk kemaslahatan umum. Dengan cara demikian kehidupan masyarakat menjadi teratur dan subur, pertalian yang satu dengan yang lain pun menjadi teguh. Akan tetapi, sifat loba dan tamak tetap ada pada manusia, suka mementingkan diri sendiri supaya hak masing-masing jangan sampai tersia-sia, dan juga menjaga kemaslahatan umum agar pertukaran dapat berjalan dengan lancar dan teratur. Oleh sebab itu, agama memberi peraturan yang sebaik-baiknya; karena dengan teraturnya muamalat, maka penghidupan manusia jadi terjamin pula dengan sebaik-baiknya sehingga perbantahan dan dendam-mendendam tidak akan terjadi.

Sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩

Artinya: “*Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu*” (An- Nisa: 29).⁶

Menjalankan sebuah bisnis jual beli tidak akan lepas dari permasalahan harga. Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen ke tangan konsumen. Melalui penetapan harga akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Persaingan harga terhadap sesama penjual pun sering terjadi di kalangan pedagang terutama persaingan antara penjual peternak telur puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan ini.

Kerjasama yang dilakukan antara perkelompok dengan kelompok yang lain ini dengan hasil peternak satu ke peternak yang lain menjadi pemicu dari penetapan harga di pasaran. Dan berlakunya kualitas yang layak yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, di sisi lain konsumen yang sangat memperhatikan perekonomian ini tentunya akan mencari keuntungan dari harga termurah yang diperjual belikan oleh seorang pedagang yang menjual barang jualan nya dengan harga yang sangat murah, dan tentunya dengan kualitas barang yang sama. Dengan harga yang murah diperjualbelikan telur puyuh ini dapat merusak harga jual dari peternak lain yang sudah menetapkan harga standar dengan mempertimbangkan harga dari pengeluarannya dalam proses mengembangbiakkan seekor burung puyuh dengan menghasilkan sebuah telur yang layak untuk diperjualbelikan di pasaran.

⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung : Al-Muyassar, 2014), h.159.

Persaingan penetapan harga jual dalam peternak telur puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan ini yang memiliki hampir 4 kelompok peternak telur puyuh, 1 sampai 2 kelompok semitra dan 1 berasal dari peternak yang lain yang di mana 3 peternak semitra dan ditambah 1 peternak lain ini memberikan penetapan harga yang sudah pas dan sesuai dengan kebutuhan perekonomian masyarakat dengan kualitas yang baik. Namun setelah di pasaran bahwa peternak 1 yang lainnya memberikan harga yang jatuh dibawah 3 peternak yang sama-sama memiliki harga yang sudah standar pasaran seharusnya, sehingga timbul dampak bahwasannya peternak 1 yang memiliki harga terendah lebih maju dalam penjualannya, dan 3 peternak telur puyuh yang lainnya mengalami kerugian dengan penetapan harga yang tidak sebanding yang telah diberikan peternak yang memberi harga yang sangat murah. Karena hal seperti itulah rusaknya harga pasaran dari penetapan harga jual telur puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan tersebut.

Berdasarkan fenomena masalah yang terjadi ini perlu untuk diadakan penelitian dengan pembahasan yang jelas mengenai persaingan bisnis penetapan harga jual telur puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan.

Penelitian ini berjudul “ **Tinjauan Hukum Islam Tentang Persaingan Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Telur Puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan** (Studi Pada Peternak Puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Lampung Selatan) ”.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktek penetapan harga jual telur puyuh dalam persaingan bisnis di Desa Merak Batin ?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap persaingan harga dalam bermuamalah ?

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Untuk mengetahui penetapan harga dalam sistem jual beli yang terjadi di peternak telur puyuh.
2. Untuk mengetahui pandangan hukum ekonomi Islam tentang persaingan bisnis dalam penetapan harga jual telur puyuh tersebut.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan pendekatan induktif. Penulis menggunakan metode penelitian ini agar memudahkan dalam mengumpulkan data sekaligus membahasnya.

Untuk menghasilkan gambaran yang baik dibutuhkan serangkaian langkah yang sistematis. Adapun langkah-langkah tersebut terdiri atas:

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan

data dari lokasi atau lapangan.⁷ Dalam penelitian ini penulis akan mencoba mencari fakta-fakta yang terjadi di lapangan mengenai pelaksanaan penetapan harga jual dari telur puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif nomatif, yaitu penelitian yang menggambarkan secara tepat mengenai sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau sekelompok tertentu.⁸ Dalam kaitannya penelitian ini menggambarkan tentang penetapan harga jual telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diterima langsung dari subjek yang akan diteliti (responden) dengan tujuan untuk mendapatkan data yang kongkrit.⁹

Sumber primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari aspek yakni para pedagang telur puyuh.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung data primer yaitu data yang diperoleh dari buku-buku *fiqh muamalah*, *hadist* dan jurnal.¹⁰

⁷Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: CV. Mandar Maju, 1996), h.81.

⁸Sutrisno Hadi, *Metode Research* (Jakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1994), h.142

⁹Bagong Suryanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: Prenada Media Group, 2005), h, 55.

¹⁰Soeharjo Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI-PRESS, 2002), h.172.

Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer, mengingat bahwa data primer dapat dikatakan sebagai data praktik yang ada secara langsung dalam praktik lapangan.

3. Populasi dan Sample

a. Populasi

Populasi adalah sejumlah manusia atau unit yang mempunyai karakteristik yang sama. Bisa juga disebut sebagai himpunan keseluruhan karakteristik yang sama. Bisa juga disebut sebagai himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti. Populasi yang ada di dalam penelitian ini berjumlah 4 kelompok (peternak) dan 10 orang yang menjadi populasi penelitiannya ini adalah pemilik, pegawai, penyuplay/penjual dan konsumen dari peternak telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan.

b. Metode *Purposive Sampling*

Teknik ini berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Jika ciri-ciri dan sifat yang spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambil sampel.

4. Pengumpul Data

a. Wawancara/*interview*

Wawancara (*interview*) adalah kegiatan pengumpulan data primer yang bersumber langsung dari responden responden peneliti di lapangan

(lokasi).¹¹ Wawancara ini digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pembuka sebagai untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data tentang persaingan bisnis dalam penetapan harga jual telur puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan.¹²

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau *variabel* berupa catatan, buku, transkrip, majalah surat kabar serta agenda dan sebagainya.¹³ Metode ini digunakan untuk menghimpun data di mana dengan cara pengumpulan data-data atau dokumentasi maupun keterangan yang terkait dengan penelitian dari persaingan penetapan harga dari peternak jual telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan.

5. Pengolahan Data

a. *Editing*, yaitu memeriksa kelengkapan data yang telah dikumpulkan.¹⁴

Yaitu mengadakan pemeriksaan kembali data-data tentang persaingan

¹¹Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014), h. 86.

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h.137.

¹³Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Bima Aksara, 1981), h. 202.

¹⁴*Ibid.*, h. 118.

bisnis dalam penetapan harga jual telur puyuh di Desa Merak Batin Kac. Natar Kab. Lampung Selatan.

- b. *Organizing*, yaitu menyusun dan mensistematisa data tentang persaingan bisnis dalam penetapan harga jual telur puyuh di Desa Merak Batin Kac. Natar Kab. Lampung Selatan.
- c. *Sistemating*, yaitu melakukan pengecekan data atau bahan yang diperoleh secara terarah, beraturan dan sistematis sesuai dengan data yang diperoleh.

6. Analisis Data

Setelah keseluruhan data dikumpulkan maka langkah selanjutnya adalah penulis menganalisis data tersebut agar dapat ditarik kesimpulan. Dalam analisis data digunakan data kualitatif karena data yang diperoleh dari literatur yang ada di lapangan. Kemudian dianalisis menggunakan metode berfikir induktif yaitu metode yang mempelajari suatu gejala yang khusus untuk mendapatkan kaidah-kaidah yang berlaku di lapangan yang lebih umum mengenai fenomena yang diselidiki. Metode ini digunakan dalam membuat kesimpulan tentang persaingan bisnis dalam penetapan harga jual telur puyuh. Hasil analisisnya dituangkan dalam bab-bab yang telah dirumuskan dalam sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli Dalam Hukum Islam

1. Pengertian Jual Beli

Pada umumnya, orang memerlukan benda yang ada pada orang lain (pemilikinya) dapat dimiliki dengan mudah,¹⁵ tetapi pemiliknya kadang-kadang tidak mau memberikannya. Adanya syariat jual beli menjadi *wasilah* (jalan) untuk mendapatkan keinginan tersebut, tanpa berbuat salah. Jual beli menurut bahasa, artinya menukar kepemilikan barang dengan barang,¹⁶ atau saling tukar menukar.¹⁷ Kata *al-bai'* (jual) dan *al-syira'* (beli) dipergunakan dalam pengertian yang sama.¹⁸

Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-bai'*, *al-tijarah* dan *al-mubadalah*, sebagaimana firman Allah swt berfirman:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... ٢٧٥

Artinya:

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...(QS. Al-Baqarah : 275).¹⁹

Menurut istilah (terminologi), yang dimaksud dengan jual beli adalah sebagai berikut:

¹⁵Drs. Sohari Sahrani, M.M., M.H., Fikih Muamalah (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h.65.

¹⁶Moh. Thalib, *Tuntunan Berjual Beli menurut Hadis Nabi* (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1977), h.7.

¹⁷Al-fauzan Saleh, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), h.24.

¹⁸*Ibid.*,

¹⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Al-Muyassar, 2014), h.159.

- a. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
- b. Pemilikan harta benda dengan jalan tukar menukar yang sesuai dengan aturan syara.
- c. Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.²⁰

Jual beli menurut Sayid Sabiq jual beli adalah tukar menukar harta dengan jalan suka sama suka (*'an-taradhin*). Atau memindahkan kepemilikan dengan adanya penggantian, dengan prinsip tidak melanggar syariah.²¹ Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ba'i* adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran antara benda dengan barang.²²

2. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli adalah sebagai berikut:

1. Al-Qur'an.

Firman Allah dalam QS. An- Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩

²⁰*Ibid.h.66*

²¹Sayid Sabiq, *Fikih Sunnah*, Juz III (Bairut: Dar al-Fikr, 1983), h.126.

²²Pasal 20 ayat (2) Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*” (QS An-Nisa: 29).

Dari ayat tersebut di atas menegaskan bahwa setiap mukmin berkewajiban untuk menunaikan apa yang telah dijanjikan dan diakadkan baik berupa perkataan maupun perbuatan. Pelaksanaan akad dalam transaksi perdagangan diharuskan adanya kerelaan kedua belah pihak, atau yang diistilahkan ‘*antarâdhin minkum*’. Walaupun kerelaan tersebut merupakan sesuatu yang tersembunyi di lubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat. *Ijâb* dan *qabûl* atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan di masyarakat sebagai serah terima merupakan bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan.²³

2. Sunnah

a. Menurut Hadis Nabi, *Rasulullah* Saw., bersabda:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ
مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ (رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ).

Artinya: “ *pendagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (Tempatnya di surga) dengan para Nabi, para shiddiqin, dan para syuhada*”. (HR. Tirmidzi).²⁴

²³Eka Nuraini Rachmawati dan Ab Mumin bin Ab Ghani “Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia”, *Al-Adalah*, No.2, Vol.12, 2015, (Bandar Lampung: Fakultas Syari’ah UIN Raden Intan Lampung, (On-line) tersedia di: h.2.

²⁴Muhammad Bin ‘Isa Bin Saurah al-Tirmidzi, *Sunan al-Tirmidzi*, Juz. III, No. 1310 (Mesir: Mathba’ah Musthafa al-Babi al-Halibi, 1975), h. 506

b. Dalam hadist dari Rifa'ah bin Rafi'i yang diriwayatkan oleh Al-Bazzar dan dianggap shahih menurut Al-Hakim, menyatakan:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رَوَاهُ الْبَزَّازُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ)²⁵

Artinya: “Dari Rifa'ah bin Rafi' R.A, Nabi Muhammad pernah ditanya mengenai pekerjaan yang paling baik? Nabi menjawab: pekerjaan dengan menggunakan tangan sendiri dan semua jual beli yang mabrur. (H.R Al-Bazzar dan dianggap shahih menurut Al-Hakim).²⁶

Maksud dari mabrur ialah jual beli yang baik di mana terhindar dari segala macam tipu menipu dan merugikan orang lain.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli adalah merupakan suatu akad, dan dipandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli.²⁷ Dan transaksi jual beli juga merupakan perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas sesuatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli, maka dengan sendirinya dalam perbuatan hukum itu harus terpenuhi rukun dan syaratnya.²⁸

Rukun (unsur) *ba'i* (jual beli) terdiri atas:²⁹

²⁵Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal* (Beirut: Al-Risalah, 2001), h. 209.

²⁶M. Nasib Ar-Rifa'i, *Tafsir Al-Aliyyu Al-qadir Li Ikhtisani Tafsir Ibnu Ktsir*, diterjemahkan oleh Syaihabuddin, Ringkasan Tafsir Ibnu Ktsir, Jilid 1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), h. 54.

²⁷Ru'fah Abdullah, M.M., *Fikih Muamalah* (Cilegon: Ghalia Indonesia, 2011), h.67.

²⁸Khumaiddi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Bandar Lampung: Permatanet Publishing, 2015), h.104.

²⁹Pasal 56 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

- a. Penjual, yaitu pemilik harta yang menjual barangnya, atau orang yang diberi kuasa untuk menjual harta orang lain. Penjual haruslah cakap dalam melakukan transaksi jual beli (mukallaf).³⁰
- b. Objek, objek jual beli terdiri dari benda yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak dan yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar.³¹

Menurut Sayid Sabiq, syarat objek jual beli, yaitu :³²

1) Suci barangnya

Hal ini berdasarkan hadis: “ *Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan patung*”.

2) Barangnya dapat dimanfaatkan

3) Barang tersebut milik sendiri, kecuali bila dikuasakan untuk menjualnya oleh pemiliknya.

4) Barang tersebut dapat diserahkan terimakan. Bila barang tersebut tidak dapat diserahkan terimakan, seperti menjual ikan yang masih ada di air, maka jual beli tersebut tidak sah. Hal ini berdasarkan hadis: “ *janganlah kamu menjual ikan yang ada di dalam air, karena itu mengandung gharar (ketidakpastian)*”.

5) Barang tersebut dan harganya diketahui. Bila barang tersebut atau harganya tidak diketahui, maka jual beli tersebut tidak sah, karena mengandung *gharar*.

6) Barang tersebut sudah diterima oleh pembeli (*qabdh*).

³⁰*Ibid.*,

³¹Pasal 59 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

³²Sayid Sabiq, *Loc. Cit.*, h.129.

4. Macam – Macam Dan Bentuk Jual Beli

Jumhur fuqaha' membagi jual beli kepada *shahih* dan *bathil*, yakni:³³

a. Jual beli *shahih*, yaitu jual beli yang disyariatkan menurut asal dan sifat-sifatnya terpenuhi rukun-rukun dan syarat-syaratnya tidak terkait dengan hak orang dan tidak ada hak khiyar di dalamnya. Jual beli *shahih* menimbulkan implikasi hukum, yaitu berpindahnya kepemilikan, yaitu barang berpindah miliknya menjadi milik pembeli dan harga berpindah miliknya menjadi milik penjual.

b. Jual beli *ghairu shahih*, yaitu jual beli yang tidak terpenuhi rukun dan syaratnya dan tidak mempunyai implikasi hukum terhadap objek akad, masuk dalam katagori ini adalah jual beli *bathil* dan jual beli *fasid*, yakni:

1) Jual beli *bathil*, yaitu jual beli yang tidak disyaratkan menurut asal dan sifatnya kurang salah satu rukun dan syaratnya. Misalnya, jual beli yang dilakukan oleh orang yang tidak cakap hukum, seperti gila atau jual beli terhadap *mal ghairu mutaqawwim* (benda yang tidak dibenarkan memanfaatkannya secara syar'i), seperti bangkai dan narkoba. Akad jual beli *bathil* ini tidak mempunyai implikasi hukum berupa perpindahan milik karena ia dipandang tidak pernah ada.

Dan jual beli *bathil* ada beberapa macam, yakni:

a) Jual beli *ma'dum* (tidak ada bendanya), yakni jual beli yang dilakukan terhadap sesuatu yang tidak atau belum ada ketika akad, misalnya memperjual belikan buah-buahan yang masih dalam

³³Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah* (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), h.71.

putik, atau belum jelas buahnya, serta anak hewan yang masih dalam perut induknya. Jual beli seperti ini termasuk jual beli yang bathil.

b) Jual beli sesuatu yang tidak dapat diserahterimakan

Para ulama baik dari kalangan Hanafiyah, Malikiyah, dan Syafi'iyah berpendapat, tidak sah melakukan jual beli terhadap sesuatu yang tidak dapat diserahterimakan, seperti jual beli terhadap burung yang sedang terbang di udara, dan ikan di laut. Bentuk jual beli ini termasuk jual beli yang bathil.

Adapun ulama membagi macam-macam jual beli sebagai berikut:³⁴

1) Dilihat dari sisi objek yang diperjualbelikan, jual beli dibagi kepada tiga macam, yaitu:

- a. Jual beli *muthlaqah*, yaitu pertukaran antara barang atau jasa dengan uang.
- b. Jual beli *sharf*, yaitu jual beli antara satu mata uang dan mata uang lain.
- c. Jual beli *muqayyadah*, yaitu jual beli pertukaran antara barang dengan barang (*barter*), atau pertukaran antara barang dengan barang yang dinilai dengan valuta asing.

2) Dilihat dari segi cara menetapkan harga, jual beli dibagi kepada empat macam, yaitu:

³⁴Dr.Mardani,*loc.cit.*,h.174-175.

a. Jual beli *musawwamah* (tawar menawar), yaitu jual beli biasa ketika penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya.

b. Jual beli amanah, yaitu jual beli ketika menjual memberitahukan modal jualnya (harga perolehan barang).

Jual beli amanah ada tiga, yaitu:

1. Jual beli *murabahah*, yaitu jual beli ketika penjual menyebutkan harga pembelian barang dan keuntungan yang diinginkan

2. Jual beli *muwadha'ah* (discount), yaitu jual beli dengan harga dibawah harga modal dengan jumlah kerugian yang diketahui untuk penjualan barang atau aktiva yang dinilai bukunya sudah sangat rendah.

3. Jual beli *tauliyah*, yaitu jual beli dengan harga modal tanpa keuntungan dan kerugian.

c. Jual bali dengan harga tangguh, *ba'i bitsaman ajil*, yaitu jual beli dengan harga yang akan dibayar kemudian. Harga tangguh ini boleh lebih tinggi dari pada harga tunai dan bisa dicicil.

d. Jual beli *muzayyadah* (lelang), yaitu jual beli dengan penawaran dari penjual dan para pembeli menawar. Penawar tertinggi terpilih sebagai pembeli. Kebalikannya, jual beli *munaqadhah*, yaitu jual beli dengan penawaran

pembeli untuk membeli barang dengan spesifikasi, kemudian pembeli akan membeli dari penjual yang menawarkan harga termurah.

3) Jual beli *gharar*, yakni jual beli yang mengandung tipuan.

Misalnya, jual beli buah – buahan yang dionggok atau ditumpuk, di atas onggokan tersebut terdapat buah yang rusak.

Termasuk dalam jual beli *gharar* adalah:³⁵

1. Jual beli *muzabanah*, yakni jual beli buah – buahan yang masih dalam pelepahnya, jual beli ini dinamakan oleh masyarakat dengan jual beli “*batongkong*”, yakni jual beli tanaman yang masih dalam rumpun dilakukan secara borongan. Misalnya tanaman yang ada dipohon seperti manggis, mangga, durian diperjual belikan per batang. Tanaman yang ada di sawah seperti bawang, kentang diperjual belikan per kalang. Jual beli seperti ini termasuk jual beli *gharar* karena tidak jelas kuantitas dan kualitasnya.

2. Jual beli *mulamasah* (jual beli dengan cara menyentuh barang) dan *munabazah* (jual beli dengan melempar barang).

Jual beli seperti ini terlarang menurut hadis:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
نَهَى عَنْ الْمَلَامَسَةِ وَالْمُنَابَذَةِ (رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ).³⁶

³⁵Dr.Rozalinda, *loc.cit.*, h.73 -74.

³⁶Muhammad Bin ‘Isa Bin Saurah al-Tirmidzi, *Op.Cit.*, h. 593.

“ Dari Abu Hurairah r.a. sesungguhnya Rasulullah Saw. Melarang jual beli dengan cara menyentuh dan melempar”.

- 4) Dilihat dari segi pembayaran, jual beli dibagi empat, yaitu:
- a. Jual beli tunai dengan penyerahan barang dan pembayaran langsung.
 - b. Jual beli dengan pembayaran tertunda (*bai muajjal*), yaitu jual beli yang penyerahan barang secara langsung (tunai) tetapi pembayaran dilakukan kemudian dan bisa dicicil.
 - c. Jual beli dengan penyerahan barang tertunda (*deferred delivery*), meliputi:
 1. Jual beli *salam*, yaitu jual beli ketika pembeli membayar tunai di muka atas barang yang dipesan (biasanya produk pertanian) dengan spesifikasi yang harus diserahkan kemudian.
 2. Jual beli *istishna*, yaitu jual beli yang pembelinya membayar tunai atau bertahap atas barang yang dipesan (biasanya produk manufaktur) dengan spesifikasi yang harus diproduksi dan diserahkan kemudian.
- 5) Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran sama-sama tertunda.

5. Khiyar Dalam Jual Beli

Agama islam adalah agama yang menjaga semua bentuk toleransi. Ia selalu memperlihatkan keadaan dan kemaslahatan umum.

Ia selalu berusaha menghilangkan kesulitan dan kesusahan yang dihadapi umat ini.³⁷ Makna khiyar berarti boleh memilih antara dua, apakah akan meneruskan jual beli atau mengurungkannya (membataalkannya).³⁸ Fungsi khiyar menurut syara adalah agar kedua orang yang berjual beli dapat memikirkan dampak positif negatif masing-masing dengan pandangan ke depan, supaya tidak terjadi penyesalan dikemudian hari yang disebabkan merasa tertipu atau tidak adanya kecocokan dalam membeli barang yang telah dipilih.

Yang dimaksud dengan *khiyar* dalam jual beli adalah memilih dua hal yang terbaik antara meneruskan akad jual beli atau membataalkannya.³⁹ Dalam masalah ini ada delapan pembahasan yaitu:

- a. ***Khiyar Majlis***, adalah tempat yang dijadikan berlangsungnya transaksi jual beli. Kedua pihak yang melakukan jual beli memiliki hak pilih selama masih berada dalam majelis.⁴⁰

Al-‘Allamaah Ibnu Qayyim al-Jauziyyah berpendapat,” ketentuan Allah tentang disyaratkannya *khiyar majlis* dalam jual beli mengandung hikmah dan maslahat yang dalam bagi kedua pihak yang melakukan transaksi. Selain itu bertujuan agar keridhaan kedua pihak dapat dicapai dengan sempurna sebagaimana yang telah dipesankan

³⁷ Saleh Al-Fauzan, Fiqih sehari-hari, (jakarta:Gema Insani, 2006), h.376.

³⁸ Drs.Sohari Sahrani, M.M., M.H., *loc.cit.*, h. 76.

³⁹ Saleh Al-fauzan, *op.cit.*, h.377.

⁴⁰ Saleh Al-Fauzan, *Loc.Cit.*, h.379.

oleh Allah dalam Al-Quran surat An-Nisaa ayat 29, ‘*At-taraadhin minhumaa (Dengan suka sama suka di antara kamu).*”

Sebab, proses akad itu terjadi secara sinhkata tanpa ada interval waktu dan tanpa pertimbangan mengenai harganya. Maka, hal ini menyebabkan nuansa kebaikan yang terkandung dalam syariat yang sempurna ini menuntut akad yang terjadi antara dua pihak tetap dijaga kehormatannya dengan adanya selang waktu. Tujuannya untuk meninjau kembali keputusannya dan meninjau semua kesepakatan yang terjadi diantara dua pihak. Berdasarkan hadis ini, maka kedua belah pihak memiliki hak memillih,selama keduanya secara fisik belum berpisah dari tempat terjadinya transaksi.

Jika keduanya sepakat untuk tidak memiliki *khiyar* dalam transaksi jual beli tersebut, atau salah satu darinya tidak menghendaki *khiyar*, maka gugurlah *khiyar* tersebut. Dan jual beli tetap menjadi hak kedua belah pihak atau menjadi hak orang yang menggagalkan *khiyar* dalam akad. Sebab, *khiyar* pada dasarnya adalah hak yang dimiliki oleh pihak yang mengadakan akad. Ia akan jatuh bersamaan dengan jatuhnya *khiyar* tersebut. Sebab Rasulullah bersabda:

عَنِ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ: قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، أَوْ يَقُولُ أَحَدُهُمَا لِصَاحِبِهِ اخْتَرْ (رواه البخاري).⁴¹

⁴¹ Muhammad bin Ismāil al-Bukhārī, *Shahīh al-Bukhārī*, Juz III, No. 2109 (Damaskus: Dar Ibn Katsīr, 2002), h. 64.

Artinya : “Dari Ibnu Umar berkata, bahwasannya Rasulullah SAW bersabda: Penjual dan pembeli dapat melakukan khiyar, selama keduanya belum berpisah, atau keduanya saling memiliki khiyar” (HR. Bukhari).

Tidak diperbolehkan salah satu dari kedua pihak yang mengadakan transaksi untuk meninggalkan saudaranya dengan maksud untuk menggugurkan hak *khiyar*-nya.

b. **Khiyar Syarat**, yaitu satu orang dari dua orang yang berakad, keduanya, atau selain mereka ada hak untuk membatalkan atau melanjutkan akad untuk waktu yang ditentukan.⁴²

Khiyar syarat ini terjadi biasanya bila salah satu pihak berkata “saya jual/beli barang ini dengan syarat *khiyar* dalam tiga hari”. Jika ada pihak yang menghendaki barang, maka jual beli dilanjutkan. Jika tidak ada orang yang menghendaki, tentu jual beli dibatalkan dengan ketentuan masih dalam waktu *khiyar*. Para ulama membolehkan *khiyar syarat*, baik berasal dari salah satu pihak, maupun kedua belah pihak.

Untuk sahnya *khiyar syarat*, harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:⁴³

1. Akad merupakan akad *lazim* (mengikat para pihak), seperti jual beli.
2. Akad merupakan akad yang menerima *fasakh* (dapat diifasakhkan) berdasarkan kerelaan para pihak, seperti jual beli, dan ijarah. Bila

⁴²Dr.Rozalinda, M.Ag.,*loc.cit.*,h.121.

⁴³Dr.Mardani,*loc.cit.*,h.172.

akad tidak menerima *fasakh*, seperti akad nikah, talak tidak sah *khiyar syarat*.

3. Dalam akad, tidak wajib adanya penyerahan. Bila dalam akad ada penyerahan, seperti akad *sharf* dan harta-harta ribawiyah tidak sah *khiyar syarat*.

4. *Khiyar* sampai batas waktu yang ditentukan. Bila dalam *khiyar* syarat tidak jelas batas waktu, seperti kata pembeli” saya beli barang engkau dengan ketentuan, saya punya hak *khiyar*”. Maka *khiyarnya* tidak sah.

5. Batas waktu yang disyaratkan tidak lebih dari tiga hari. Demikianlah pendapat Abu Hanifah dan Syafi’i bahwa kadar dan batas waktu *khiyar* tidak lebih dari tiga hari.

Hanabilah berpendapat, batas waktu *khiyar* menurut ukuran kesepakatan dua orang yang berakad walaupun lebih dari tiga hari karena *khiyar* itu disyariatkan untuk berfikir dan bermusyawarah.

Malikiyah berpendapat, boleh *khiyar* menurut kebutuhan sesuai dengan kondisi. Untuk buah-buahan, tidak membutuhkan *khiyar* lebih dari tiga hari, sedangkan untuk tanah membutuhkan *khiyar* lebih dari tiga hari. Dengan demikian, waktu untuk *khiyar* syarat boleh dilakukan selama tiga hari atau lebih tergantung pada kesepakatan para pihak. Hal itu sesuai dengan situasi dan kondisi.

6. *Khiyar* adalah hak pembeli, hak jual, atau hak keduanya sekaligus, bukan hak orang lain.

Apabila ada *khiyar* syarat dalam satu akad, akad berimplikasi tidak adanya pengaruh akad. Akad menjadi *ghairu lazim*, akad tidak mengikat para pihak, boleh dilanjutkan atau dibatalkan selama dalam masa *khiyar*. Hal ini seperti yang dinyatakan Hanafiyah dan Malikiyah, *khiyar* syarat menghalangi munculnya pengaruh akad, tidak terjadi pemindahan kepemilikan, barang dagangan tidak pindah menjadi milik pembeli, begitu pula uang tidak berpindah menjadi penjual.

Berbeda dengan dua orang sahabat Abu Hanifah (*shahiban*), menyatakan uang tetap pindah menjadi milik penjual walaupun ada hak *khiyar* syarat. Di kalangan Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat, tetap ada pengaruh akad selama masa *khiyar*, baik *khiyar* itu disyaratkan oleh salah satu pihak maupun kedua belah pihak, maka proses perpindahan kepemilikan secara timbal balik tetap terjadi karena akad *sahih nafiz* sehingga punya kekuatan hukum.

Khiyar syarat berakhir bila ada beberapa hal yakni:

- a. Akad dibatalkan atau dilanjutkan dalam masa *khiyar* , baik secara lisan, maupun perbuatan.
- b. Batas waktu *khiyar* telah habis tanpa ada kepastian batal atau akad dilanjutkan.
- c. Objek akad (barang atau uang) hancur di tangan pemilik hak *khiyar*

d. Terjadinya tambahan paada barang yang diakadkan, seperti hewan beranak dan tanaman berubah ketika benda tersebut berada di tangan pemilik hak *khiyar*.

e. Orang yang mempunyai hak *khiyar* meninggal dunia, demikian menurut Hanafiyah dan Hanabilah. Akan tetapi, menurut Malikiyah dan Syafi'iyah, kematian pemilik hak *khiyar* tidak menyebabkan berakhir *khiyar*, tetapi hak *khiyar* itu bisa dilanjutkan oleh ahli warisnya.⁴⁴

c. **Khiyar Aib**, yaitu *khiyar* jual beli yang memperolehkan bagi pembeli suatu barang untuk membatalkan akad jual beli dikarenakan terdapat cacat pada barang yang dibeli, baik cacat itu sudah ada pada waktu akad tawar-menawar atau sesudahnya yang sebelumnya tidak diketahui oleh pembeli. Contoh seseorang membeli baju, setelah dicoba ternyata ada yang robek, maka baju tersebut boleh dikembalikan kepada penjual. Hal ini sesuai dengan hadis yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, Abu Dawud dan At-Tarmidzi dari Aisyah ra, ia berkata : “Ada seseorang laki-laki yang membeli seorang budak dan telah tinggal bersamanya beberapa waktu, kemudian baru diketahui bahwa budak itu ada cacatnya, lalu hal itu diadukan kepada Rasulullah SAW, maka beliau memerintahkan supaya budak itu dikembalikan kepada si penjual”.

⁴⁴*Ibid.*,h.123.

Dalam mengembalikan barang yang cacat tersebut, hendaklah dilakukan dengan segera dan jangan dipakai sebelum dikembalikan. Dengan demikian, apabila barang yang dibeli itu sudah dipakai (apalagi dalam waktu lama), maka *khiyar aib* tidak belaku (batal).⁴⁵

6. Prinsip Dasar Muamalah

Prinsip dasar muamalah adalah setiap muslim bebas melakukan apa saja yang dikehendakinya sepanjang tidak dilarang oleh Allah berdasarkan Al-Qur'an dan as-Sunnah.

a. Prinsip Umum Muamalah

Dalam fikih muamalah, terdapat beberapa prinsip dasar yang harus diperhatikan, yaitu:

1) Prinsip Pertama

“Pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang melarangnya.”

Ini mengandung arti, bahwa hukum islam memberikan kesempatan luas bagi perkembangan bentuk dan macam muamalah baru sesuai dengan perkembangan kehidupan masyarakat.

Dari prinsip diatas, menurut Jamal al-Din Athiyah, dapat dipahami bahwa:

- a) Untuk menetapkan kebolehan suatu bentuk muamalah tidak diperlukan mencari dasar hukum syar'i nya (Al-Qur'an dan

⁴⁵H.A.Khumedi Ja'far, S.Ag.,M.H., Hukum Perdata Islam,(Bandar lampung:PERMATANET Publishing, 2016),h.119-120.

As-Sunnah) karena hukum asalnya boleh (mubah), bukan haram.

b) Keterangan tekstual (*Nash*) dalam Al-Quran dan As-Sunnah tentang muamalah tidak dimaksudkan sebagai pembatasan dalam menciptakan bentuk-bentuk muamalah baru yang tidak termuat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.⁴⁶

c) Dalam menciptakan bentuk-bentuk muamalah baru, untuk menentukan hukum kebolehan, tidak perlu dianalogikan dengan bentuk muamalah yang telah dijelaskan dalam *Nash*.

d) Di samping itu, untuk menentukan kebolehan juga tidak perlu dianalogikan dengan suatu pendapat hukum islam hasil ijtihad, atau dengan beberapa bentuk muamalah yang telah ada dalam literatur hukum islam, termasuk tidak diperlukan penggabungan beberapa pendapat.

e) Ketentuan satu-satunya yang harus diperhatikan dalam menentukan kebolehan dalam muamalah baru adalah “tidak melanggar *Nash* yang mengharamkan, baik nash Al-Qur'an maupun As-Sunnah.

f) Oleh karena itu, hal yang harus dilakukannya ketika membuat sebuah muamalah baru adalah meneliti dan mencari *nash-nash* yang mengharamkannya, buka *nash* yang membolehkannya.

⁴⁶Faturrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam, Sejarah, Teori dan Konsep*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h.153.

Dalam prinsip pertama ini juga bagaimana transaksi itu dilakukan. Hal ini menyangkut dengan etika (adabiyah) suatu transaksi, seperti ijab qabul, saling meridhai, tidak ada keterpaksaan dari salah satu pihak, adanya hak dan kewajiban masing-masing, kejujuran, atau mungkin ada penipuan, pemalsuan, penimbunan, dan segala sesuatu yang bersumber dari indra manusia yang ada kaitannya dengan peredaran harta dalam kehidupan manusia.

2) Prinsip Kedua

“Hukum dasar syarat-syarat dalam muamalah adalah halal”

Prinsip di atas juga memberikan kebebasan kepada umat islam untuk mengembangkan model dalam muamalah, baik akad maupun produknya. Umat islam diberi kebebasan untuk membuat syarat-syarat tertentu dalam bertransaksi, namun jangan sampai kebebasan tersebut dapat merugikan salah satu pihak yang melakukan transaksi.⁴⁷

Apa bentuk transaksi itu, ini menyangkut materi (madiyah) transaksi yang dilakukan, seperti jual beli, pegadaian, jaminan dan tanggungan, pemindahan hutang, perseorangan harta dan jasa, sewa menyewa dan lain sebagainya. Berdasarkan ruang lingkup diatas, maka prinsip-prinsip muamalah berada pada wilayah etika (adabiyah), yaitu bagaimana transaksi itu dilakukan.

⁴⁷Imam Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.13.

Prinsip - prinsip itu pada intinya menghendaki agar pada setiap prosesi transaksi tidak merugikan salah satu atau kedua belah pihak, atau hanya menguntungkan salah satu pihak saja.⁴⁸

3) Prinsip Ketiga

“Muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan mendapatkan manfaat dan menghindarkan mudharat atau sering disebut maslahah (kemaslahatan).”

Konsekuensinya dari prinsip ini adalah bahwa segala bentuk muamalah yang dapat merusak atau mengganggu kehidupan masyarakat tidak dibenarkan, seperti perjudian, penjualan narkoba, prostitusi dan sebagainya.

Setiap transaksi dilakukan secara suka rela, tanpa ada paksaan atau intimidasi dari pihak manapun.⁴⁹

Hakikat kemaslahatan dalam islam adalah segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi integral duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif. Sesuatu dipandang islam bermashlahat jika memenuhi dua unsur yakni kepatuhan syariah (halal) dan bermanfaat serta membawa kebaikan (*thayyib*) bagi semua aspek secara integral yang tidak menimbulkan *mudharat* merugikan pada salah satu aspek. Secara luas, *maslahat* ditunjukkan pada pemenuhan visi kemashlahatan yang tercakup dalam *muqasid* (tujuan) syariah yang terdiri dari 5 unsur, yaitu agama (*al-dien*), keturunan (*al-*

⁴⁸ *Ensiklopedia Islam*, 2005, jilid 5, (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve), h.50.

⁴⁹ *Ibid*, h.5.

nasl), jiwa (*al-nafs*), harta kekayaan (*al-maal*), dan akal fikiran (*al-aql*). Indikator maslahat, yaitu mendatangkan manfaat berupa menyejahterakan, membahagiakan, menguntungkan, memudahkan dan meringankan, sedangkan indikator menghindarkan *mudharat* berupa menyengsarakan, menyusahkan, merugikan, menyulitkan, dan memberatkan.⁵⁰

4) Prinsip Keempat

Muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keseimbangan (*tawazun*) dalam pembangunan. Konsep keseimbangan dalam konsep syariah/ muamalah islam meliputi berbagai segi, antara lain meliputi keseimbangan antara pembangunan material dan spiritual, pembangunan material dan spiritual, pembanguyan sektor keuangan dan sektor riil, dan pemanfaatan serta pelestarian sumber daya. Pembangunan ekonomi syariah tidak hanya ditujukan untuk pembangunan sektor korporasi, namun juga pengembangan sektor usaha kecil dan mikro yang terkadang luput dari upaya-upaya pengembangan sektor ekonomi secara keseluruhan.⁵¹

Pembuat hukum (syar'i) mewajibkan agar setiap perencanaan transaksi dan pelaksanaannya didasarkan atas niat baik, sehingga segala bentuk penipuan, kecurangan dan penyelewengan dapat dihindari. Bagi yang tertipu atau dicurangi diberi hak khiar (kebebasan

⁵⁰Fathurrahman Djamil, *Op.Cit.*, h.154.

⁵¹*Ibid.* h.155.

memilih atau melangsungkan atau membatalkan transaksi tersebut).

5) Prinsip Kelima

Muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan dan menghindari unsur-unsur kezaliman. Penentuan hak yang muncul dari suatu transaksi diberikan oleh syara ' pada 'urf atau adat untuk menentukan kriteria dan batasannya. Artinya peranan 'urf atau adat kebiasaan dalam bidang transaksi sangat menentukan selama syara' tidak menentukan lain, oleh sebab itu, ada juga yang mendefinisikan muamalah sebagai hukum syara' yang berkaitan dengan masalah keduniaan, seperti jual beli, pinjam meminjam dan sewa menyewa.

Keadilan adalah menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak, serta memperlakukan sesuatu sesuai proposisinya, dimana implementasi keadilan dalam aktivitas ekonomi berupa aturan prinsip muamalah yang melarang adanya unsur riba, dzalim, maysir, gharar, objek transaksi yang haram.⁵²

Inti dari kelima prinsip di atas adalah bahwa dalam suatu transaksi yang melahirkan akad perjanjian bersifat mengikat pihak-pihak yang melakukannya dilakukan secara bebas bertanggung jawab dalam menentukan bentuk perjanjian maupun yang berkenaan dengan hak dan kewajiban masing-masing atas kemauan kedua belah pihak

⁵²*Ibid*

tanpa ada paksaan, didasari atas niat baik dan kejujuran dan memenuhi syarat-syarat yang sudah biasa dilakukan. seperti syarat-syarat administrasi, saksi-saksi, dan sebagainya.

b. Prinsip Khusus Muamalah

Beberapa prinsip muamalah yang diperintahkan antara lain: objek perniagaan harus halal dan thayyib, didasarkan pada kerelaan dan pengelolaan yang amanah.

1) Objek Perniagaan Halal

Prinsip muamalah adalah mesti halal dan bukan berbisnis barang-barang yang dilarang agama (haram), islam memerintahkan pemeluknya untuk melaksanakan hal-hal yang baik dan menghindari hal-hal yang dibenci Allah. Islam telah menggariskan sejumlah atau komoditas yang halal dan yang tidak halal. Disini manusia dihadapi pada pilihan menggunakan, memanfaatkan semua yang halal bagi kepentingan bisnisnya.⁵³

2) Adanya Kerelaan

Asas ini menyatakan bahwa segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan masing-masing pihak. Kerelaan antara pihak-pihak yang berakad dianggap sebagai prasyarat bagi terwujudnya semua transaksi. Jika dalam transaksi tidak terpenuhi asas ini, maka itu sama artinya dengan memakan sesuatu dengan cara yang batil. Transaksi yang dilakukan tidak dapat dikatakan telah mencapai sebuah bentuk

⁵³*Ibid*,h.156.

kegiatan yang saling rela di antara para pelaku, jika di dalamnya ada tekanan, paksaan dan penipuan. Jadi, asas ini mengahruskan tidak adanya paksaan dalam proses transaksi dari pihak manapun.⁵⁴

3) Pengurusan Dana Yang Amanah

Amanah mempunyai akar kata yang sama dengan kata iman dan aman, sehingga mukmin berarti yang beriman, yang mendatangkan keamanan, juga yang memberi dan menerima amanah. Bila orang tidak menjalankan amanah berarti tidak beriman dan tidak akan memberikan rasa aman baik untuk dirinya dan sesama masyarakat lingkungan sosialnya. Dalam sebuah hadis dinyatakan *"Tidak ada iman bagi orang yang tidak berlaku amanah"*.

Dari pengertian di atas, dapat diambil suatu pengertian bahwa amanah adalah menyampaikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga maupun jasa.⁵⁵

7. Manfaat dan Hikmah Jual Beli

Manfaat dan hikmah yang dapat diperoleh dari transaksi jual beli antara lain :⁵⁶

- a. Antara penjual dan pembeli dapat merasa puas dan berlapang dada dengan jalan suka sama suka.

⁵⁴*Ibid*,h.157.

⁵⁵ Syafe'i Rachmat. *Fiqh Muamalah*. (Bandung: Pustaka Setia, 2000).h.24.

⁵⁶H.A. Khumedi Ja'far, S.Ag.,M.H.,*Op.Cit.*,h.121-122.

- b. Dapat menjauhkan seseorang dari memakan atau memiliki harta yang diperoleh dengan cara batil.
- c. Dapat memberikan nafkah bagi keluarga dari rizki yang halal.
- d. Dapat ikut memenuhi hajat hidup orang banyak (masyarakat).
- e. Dapat membina ketenangan, ketentraman, dan kebahagiaan bagi jiwa karena memperoleh rizki yang cukup dan menerima dengan ridha terhadap anugerah Allah SWT.
- f. Dapat menciptakan hubungan silaturrahim dan persaudaraan antara penjual dan pembeli.

B. Penetapan Harga Menurut Pandangan Ekonomi Islam

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar. Dalam islam, harga yang seharusnya berlaku di pasar yaitu harga yang adil. Dalam bahasa Arab terdapat beberapa terma yang maknanya menunjukkan kepada harga yang adil, antara lain *al-misl*, *saman al-misl* dan *qimah al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan Rasulullah SAW.⁵⁷

Asal dari hukum transaksi dan muamalah adalah halal kecuali ada yang melarangnya. Adapun dalil yang berkaitan dengan muamalah yakni firman Allah Swt:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا... ٢٩

⁵⁷Isnaini Harahap dkk, Hadis-hadis ekonomi,(Jakarta:PRENADAMEDIA GROUP,2015), h.107.

Artinya :

“ Dialah Allah yang telah menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu “ (Q.S Al-Baqarah : 29)⁵⁸

Allah yang telah memberikan hak tiap orang dengan membeli dengan harga yang disenangi. Dan selama masing-masing pedagang menjual barang milik dengan harga yang ia suka, maka tidak ada alasan untuk melarangnya. Dalam Sahabat Anas ia menuturkan :

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ غَلَّا السَّعْرُ فِي عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ فَقَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَّا السَّعْرُ فَسَعَّرَ لَنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَا أَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَ لَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ وَالْمُسْلِمُ وَأَبُو دَاوُدَ وَ ابْنُ مَاجَهَ وَ التِّرْمِذِيُّ وَ أَحْمَدُ بْنُ حَنْبَلٍ وَ ابْنُ حِبَّانَ)

Artinya : “Para sahabat mengeluh kepada Rasulullah Saw, dan mereka berkata, Wahai Rasulullah, sesungguhnya harga barang kebutuhan sekarang ini begitu mahal. Alangkah baiknya bila Anda membuat menentukan harga.’ Menanggapi permintaan sahabat ini, Rasulullah bersabda , ‘Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, serta mengencangkan, melapangkan, dan memberi rezeki dan sesungguhnya, aku berharap untuk menghadap Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku karena suatu kezaliman, baik dalam urusan darah (jiwa) atau pun harta.” (HR. Abu Daud),oleh Al-Albani dinyatakan sebagai hadist sahih.

1. Pengertian Harga Menurut Pandangan Tokoh Muslim

Dasar dari pengembangan ekonomi mikro tidak akan lepas dari sebuah permasalahan penetapan harga yang dimana dilatar belakangi oleh ssesuatu proses mekanisme pasar. Sedangkan dimana mekanisme pasar

⁵⁸Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya,(Bandung: Al-Muyassar,2014),h.9.

tersebut terbentuk karena adanya perpaduan antara sebuah teori yaitu permintaan dan penawaran yang menjadi dasar dari pembentukan ilmu ekonomi yang lebih luas. Dalam perkembangan ekonomi islam itu sendiri, para ilmuwan tokoh muslim telah memberikan pendapatnya atau bentuk perhatian khususnya terhadap penetapan harga itu sendiri, antara lain :

a. Fandy Tjiptono,

mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan peniasukan atau pendapatan bagi perusahaan.⁵⁹

b. Abu Yusuf

Tercatat dalam sejarah, tokoh muslim pertama yang menyinggung tentang mekanisme pasar dan harga ialah Abu Yusuf yang memperhatikan tentang peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan. Pada saat itu Abu Yusuf melihat adanya suatu peristiwa bila terjadi kelangkaan maka harga akan naik sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, maka harga cenderung untuk turun atau bisa jadi lebih rendah.

Dalam hal ini bila difikirkan dalam bentuk logika kita yaitu hal yang lumrah adanya, namun abu yusuf menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara persediaan dan harga. Karena dalam bentuk kenyataannya tidak selalu terjadi, “ kadang-kadang makanan berlimpah,

⁵⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), h.151.

tetapi mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi marah” disini ia menjelaskan bahwa harga tidak tergantung pada permintaan saja, melainkan tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran. Oleh sebab itu, peningkatan ataupun penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan peningkatan atau penurunan permintaan. Ia mengatakan bahwa

*”tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui, melimpahnya makanan demikian juga mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah.”*⁶⁰

Menurut beberapa pengamat, ucapan abu yusuf dikatakan sebagai hasil penelitian pada masa itu, yaitu keberadaan yang bersamaan antara melimpahnya barang dan tingginya harga serta kelangkaan barang dan harga rendah. Saat itu pula Abu yusuf menentang penguasa menetapkan harga pada analisis nya dalam konsep pengendalian harga.⁶¹

c. Al-Ghazali

Al-Ihya Ulumuddin karya Al-Ghazali juga banyak membahas pembahasan tentang topik-topik ekonomi, termasuk pasar dan peternakan, dalam isi karyanya itu Al-Ghazali telah membicarakan tentang barter dan permasalahannya. Pentingnya sebuah pergerakan dalam perdagangan dan evolusi terjadinya pasar dan termasuk berkerjanya sebuah permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga. Ia tidak menolak bahwa mencari

⁶⁰ Abu Yusuf, Kitab Al-Kharaj, Beirut: Dal Al-Ma’rifah, 1979, h.48

⁶¹ Andiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, Cet.3, 2011), h.224.

sebuah keuntungan merupakan motif utama dalam bentuk perdagangan itu sendiri. Namun al-ghazali memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, dimana etika dalam bisnis ini diturunkan dari nilai-nilai islam. Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh diakhirat kelak, ia juga menyarankan adanya peran pemerintahan dalam menjaga keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi itu sendiri.⁶²

Maka dari itu bentuk kurva dari permintaan yang bersifat negatif dan bentuk kurva dari penawaran yang bersifat positif telah mendapatkan perhatian yang sangat jelas oleh Al-Ghazali. Meskipun tidak dinyatakan secara akurat, Al-Ghazali menyatakan “jika petani mendapatkan pembeli dan barangnya maka ia akan menjual barangnya dengan harga lebih murah”.⁶³ Keuntungan belum secara jelas dikaitkan dengan pendapatan dan biaya. Bagi Al-Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kepayahan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan diri sipedagang.⁶⁴

d. Ibn Taimiyah

Pandangan Ibn Taimiyah mengenai masalah pergerakan penetapan harga yang terjadi pada waktu tertentu tetapi Ibn Taimiyah meletakkan kerangka mekanisme pasar. Ibn Taimiyah menunjukkan bahwa harga merupakan hasil dari interaksi yang terjadi pada hukum permintaan dan penawaran yang terbentuk dikarenakan berbagai faktor yang terjadi secara

⁶² Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, Jilid 3, h.227.

⁶³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi islam*, (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, Cet-3, 2013), h.304-306.

⁶⁴ Adiwarman Karim, *Op.Cit*, h.224.

kompleks. Dalam hisbahnya Ibn Taimiyah membantah anggapan ini dengan mengatakan, “naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan dari beberapa bagian pelaku transaksi. Terkadang dimana penyebabnya yaitu adalah desefisiensi dalam produksi atau penurunan terhadap suatu barang yang diminta, atau tekanan pasar. Oleh sebab itu, apabila permintaan terhadap barang-barang itu menarik sementara ketersediaan dan penawarannya menurun maka harga nya akan naik. Begitu pula sebaliknya jika ketersediaannya suatu barang itu menarik dan permintaannya terhadapnya menurun maka harga barang tersebut akan turun juga”.⁶⁵

e. Ibn Khaldun

Pembahasan dalam Ibn khaldun barang-barang dibagi menjadi 2 pembagian yaitu barang pokok dan barang mewah. Menurut Ibn Khaldun jika suatu kota berkembang dan jumlah dimana penduduknya semakin banyak, maka harga barang-barang pokok akan menurun sementara harga mewah akan menarik. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya penawaran suatu bahan pangan dan barang pokok lainnya sebab barang ini sangat penting dan dibutuhkan oleh setiap orang sehingga dimana pengadaannya sangat diprioritaskan.⁶⁶

Sementara itu, harga barang mewah akan naik sejalan dengan meningkatnya gaya hidup yang mengakibatkan peningkatan suatu permintaan barang mewah ini. Disini dapat dilihat bahwa Ibn Taimiyah

⁶⁵ Ibnu Taymiyah, *Majmu' Fatawa Ibnu Taymiyah*, jilid VIII, (Kairo: Mesir, 1976), h.583.

⁶⁶ Ibnu Khaldun, *Muqaddimah*, edisi Indonesia, terj. Ahmadi Taha (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2000), h. 421-423.

menjelaskan bahwa pengaruh permintaan dan penawaran terhadap tingkat harga. Secara merincih bahwa Ibn Taimiyah menjelaskan bahwa pengaruh persaingan diantara para konsumen dan meningkatnya biaya-biaya akibat perpajakan dan pungutan lain terhadap tingkat harga.

Ibn Taimiyah memberikan perhatiannya terhadap pengaruh tinggi keuntungan terhadap perilaku pasar khususnya kepada produsen. Ia berpendapat menurutnya tingkat keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuh dari perdagangan, dan disisi lain tingkat keuntungannya yang terlalu rendah akan membuat perdagangan lesu. Dan para pedagang serta produsen lainnya akan kehilangan sebuah motivasi untuk bertransaksi, serta sebaliknya apabila tingkat keuntungan terlalu tinggi perdagangan juga akan melemah disebabkan karena akan menurunkan tingkat permintaan konsumen.⁶⁷

1. Pengertian Tentang Penetapan Harga Jual

Semua organisasi baik yang bermotif mencari laba maupun nir laba selalu menghadapi masalah penetapan harga produk. Sebagai contoh beberapa harga yang layak untuk sebuah apartemen , honor, gaji dan lain-lain. Pemerintah menetapkan penetapan pajak, harga BBM dan lain-lain.⁶⁸

Secara sederhana definisi harga adalah pencerminan dari nilai. Dalam teori ekonomi, harga, nilai, dan faedah merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Faedah adalah atribut yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang

⁶⁷ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Op.Cit*, h.311.

⁶⁸ Irwan M. *Pemasaran prinsip dan kasus*. Cet.II (Yogyakarta: BPFE, 1996), h.109.

kemampuan barang dapat menarik dalam pertukaran, karena perekonomian kita bukan merupakan sistem barter maka untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang. Istilah yang dipakai adalah harga. Jadi, harga adalah yang dinyatakan dalam rupiah.⁶⁹

Secara umum, para ahli ekonomi klasik membangun pemikiran-pemikiran mereka pada basis sesuatu yang eksis. Menurut ungkapan salin: kendati sebetulnya doktrin itu hilang, harga yang adil sebagai sebuah gagasan menjadi tetap bertahan dalam berbagai macam bentuk yang tersamar. “Harga Natural” dari penganut paham fisiokrates itu tidak ada, tetapi pemikiran kuno dari teori harga yang adil itu ada dalam bentuk sistem ekonomi yang sekuler dan dalam terminologi baru tentang hukum alam.⁷⁰

Setiap tugas pemasaran, termasuk penetapan harga harus diarahkan pada tercapainya suatu tujuan diarahkan pada tercapainya suatu tujuan. Dengan kata lain, manajemen harus menentukan lebih dahulu sasaran penetapan harga sebelum menetapkan harga itu sendiri. Walaupun terdengar logis, namun hanya sedikit perusahaan yang secara sadar atau terang-terangan menentukan sasaran penetapan harga. Sasaran penetapan harga dibagi menjadi tiga: berorientasi pada laba, berorientasi pada penjualan, atau berorientasi pada usaha mempertahankan status quo.

⁶⁹ *Ibid.* h. 110.

⁷⁰ A.A Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*. Cet. I (Surabaya: PT.Bima Ilmu,1997), h.91.

Sasaran penetapan harga (pricing goal) yang dipilih oleh manajemen harus benar-benar sesuai dengan tujuan perusahaan dan tujuan program pemasaran. Sebagai ilustrasi, misalnya tujuan perusahaan adalah meningkatkan laba investasi yang saat ini sebesar 15% menjadi 20% pada akhir periode tiga tahun. Untuk menyesuaikan, dalam periode yang sama sasaran penetapan harga harus mencapai tingkat presentase tertentu dari laba investasi.⁷¹

Sasaran penetapan harga biasanya dinyatakan dalam presentase kenaikan volume penjualan selama periode tertentu. Para pengecer mendayagunakan sasaran semacam ini sewaktu mereka berusaha meningkatkan penjualan mungkin bisa atau tidak bisa taat-azas dengan konsep pemasaran yang menganut volume penjualan yang menguntungkan. Di satu segi, sasaran perusahaan bisa meningkatkan volume penjualan tetapi dengan mempertahankan tingkat labanya. Disegi lain, manajemen bisa memutuskan untuk meningkat volume penjualan melalui strategi potongan harga atau strategi penetapan harga lainnya yang agresif. Dengan menganggung kerugian. Dalam hal ini, manajemen bersedia menanggung rugi jangka pendek dengan perhitungan bahwa melalui peningkatan volume penjualan dapat menancapkan kakinya dalam pasar.⁷²

⁷¹ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*. Cet. II (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 311.

⁷² Sumitro Djodjohadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Cet. I. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1991), h. 33-34.

2. Metode-Metode Penetapan Harga

Secara garis besar penetapan harga dikelompokkan menjadi 4 metode penetapan harga, secara umum metode penetapan harga yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, metode penetapan harga berbasis biaya, metode penetapan harga berbasis laba, dan metode penetapan harga berbasis persaingan.⁷³

1. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode penetapan harga berbasis permintaan adalah dimana metode ini menekankan harga pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan keputusan suka atau tidak suka dari konsumen. Sehingga metode ini melewati atau mengabaikan faktor-faktor dimana yang biasanya mempengaruhi permintaan seperti faktor-faktor biaya, laba, dan persaingan serta permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, yaitu :

- a. Kemampuan para pelanggan untuk membeli atau bisa disebut dengan daya beli
- b. Kemauan dari pelanggan untuk keinginan membeli
- c. Posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan
- d. Manfaat produk bagi suatu konsumen
- e. Harga produk-produk substitusi

⁷³*Ibid.* h.227

2. Penetapan Harga Berbasis Biaya

Faktor penentuan yang utama dalam metode ini yaitu aspek penawaran atau biaya. Bukan seperti metode sebelumnya pada aspek permintaan. Dimana harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu. Sehingga dapat bergerak menutupi biaya- biaya langsung, laba serta biaya overhead. Dan metode ini terdiri dari beberapa bagian yaitu :

- a. Standar Markup Pricing (*Standar imbuhan harga*) yaitu harga yang ditentukan dengan jalan menambahkan presentase tertentu dari suatu biaya pada semua item dalam sebuah kelas produk. Misalnya seperti harga jual gula dikenai tambahan 20%, rokok 15%, dan es krim 20%.
- b. Cost Plus Percentage Of Cost Pricing (*Tambahan presentase biaya dari harga biaya*) banyak perusahaan-perusahaan manufaktur, arsitektur menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produk atau konstruksi.

3. Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode penetapan harga berbasis laba ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan suatu harga. Usaha yang dilakukan ini atas dasar yaitu target, dimana volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk sebuah presentase terhadap penjualan atau investasi. Metode penetapan harga berbasis laba ini terdiri dari beberapa bagian yaitu :

- a. *Penetapan Target Laba*, pada umumnya berupa ketetapan atas dasar besarnya suatu target laba tahunan yang dinyatakan secara mendetail atau spesifik.
- b. *Penetapan target Pengembalian dari Penjualan*, pada metode ini perusahaan menetapkan tingkat harga tertentu yang dapat menghasilkan sebuah laba dalam presentase tertentu juga terhadap sebuah volume penjualan.

4. Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain yang berdasarkan pada pertimbangan biaya, laba harga, serta permintaan juga ditetapkan atas dasar persaingan. Yaitu dimana apa yang dilakukan oleh pesaing.

Adapun beberapa bagian dari metode penetapan harga berbasis persaingan ini yaitu dibagi menjadi :

- a. *Harga biasa*, yaitu metode yang digunakan untuk suatu produk yang dimana harganya ditentukan oleh faktor seperti saluran distribusi, tradisi atau faktor-faktor persaingan yang lain.
- b. *Penetapan harga penglaris*, yaitu metode ini digunakan perusahaan untuk menjual harga sebuah produk dimana harga dibawah biayanya, produk penglaris ini biasanya dijual dipasaran dengan dasar persediaan terbatas.\
- c. *Harga penawaran tertutup*, yaitu dimana metode ini menggunakan sistem penawaran harga dari biasanya yang melibatkan sebuah agen pembelian.

Menurut pendapat Herman, ia berpendapat tentang penetapan harga dari beberapa metodenya yaitu terdiri dari :⁷⁴

1. Metode taksiran

Metode taksiran ini yaitu dimana sebuah perusahaan dalam menentukan penetapan harganya menggunakan sistem insting atau taksiran walaupun diman survei telah dilakukannya. Metode taksiran ini biasanya digunakan oleh sebuah perusahaan yang dimana dari perusahaan itu sendiri tidak terbiasa dengan sistem statistik. Dan demikian perusahaan yang menggunakan metode taksiran ini sangat murah dikarenakan tidak memerlukan sebuah konsultan untuk sebuah surveyor. Akan tetapi tingkat kekuatan nya juga dalam prediksi sangat rendah sekali karena sistem yang digunakannya berupa insting atau taksiran.

2. Metode Berbasis Pasar

a. Harga Pasar Saat Ini

Dalam metode ini digunakan untuk perusaahn apabila dari perusaahn tersebut mengeluarkan produk baru yang dimana hasil dari modifikasi produk lama. Dan perusaahan tersebut akan menetapkan produk baru tadi dengan harga atau seharga dari produk lama. Dalam penggunaan metode ini sangat cepat dan sangat murah, akan tetapi dalam pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena dimana konsumen belum mengetahui

⁷⁴Herman, *Marketing Strategy*, edisi 1, (edisi 1, (Yogyakarta: Andi offset, 2006), h.165-166.

profil produk baru dari perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan lain-lain.

b. Harga Pesaing

Metode harga pesaing ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga sebuah produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode ini perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu, hal ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, rasa serta ketahanan dan sebagainya.

c. Harga Pasar Yang Disesuaikan

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi nilai tukar mata uang, suku bunga dan tingkat keuntungan yang diharapkan, tingkat pertumbuhan ekonomi nasional serta internasional. Perubahan dalam trend serta siklus dalam trendi dan model, perubahan cuaca dan lain-lain. Faktor internalnya adalah kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produk atau operasi peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar dan lain-lain.

4. Tujuan dan Sasaran Penetapan Harga Jual

Pada umumnya ada beberapa bentuk ragam tujuan dari penetapan harga yaitu sebagai berikut :⁷⁵

1. *Survival* (Keberlangsungan Untuk Hidup)

Salah satunya tujuan pokok dari penetapan harga ini adalah survival atau keberlangsungan untuk hidup dari suatu perusahaan. Dalam bentuk konteks yang dibahas ini, dimana biasanya harga itu secara temporer ditetapkan murah, tetapi kadang kalanya lebih rendah dari biaya pada umumnya, dalam bentuk untuk sebagai pendorong terjadinya sebuah penjualan. Namun kebanyakan dari sebuah organisasi terpaksa mentolerir dari sebuah bentuk kerugian dalam jangka waktu yang pendek demi untuk bentuk upaya kelangsungan hidup dalam jangka waktu yang panjang.

Hal ini sering terjadi atau dialami dalam periode yang sangat sulit, seperti krisis ekonomi dan dimana serendah-rendahnya dari harga harus dapat menutupi biaya variabel. Tujuannya dari survival ini yaitu ditempuh dengan bentuk harapan dimana situasinya bersifat sementara dan akan segera kembali normal.

⁷⁵Fandi Tjiptono, *pemasaran Esensi dan Aplikasi*, (Yogyakarta, Andi, 2016), h. 220-222.

2. Laba

Asumsi dari teori ekonomi klasik dimana setiap perusahaan memaksimalkan laba, praktiknya tujuan seperti ini sulit diwujudkan karena begitu banyak variabel yang mempengaruhi tingkat penjual. Oleh sebab itu tujuan laba biasanya dinyatakan dalam bentuk nilai rupiah atau dalam bentuk nilai presentase pendapatan penjualan yang dipandang memuaskan atau realitas dicapai oleh pemilik dan manajemen puncak dari sebuah perusahaan.

3. Laba Atas Investasi (*Return On Investment "ROI"*)

Tujuan berorientasi pada Return on investment dinyatakan dalam bentuk rasio laba terhadap investasi lokal yang dikeluarkan perusahaan dalam riset sebuah pengembangan, serta fasilitas-fasilitas produksi dan aset yang mendukung produksi yang bersangkutan.

4. Pangsa Pasar

Dalam pangsa pasar ini sering kali perusahaan menetapkan peningkatan pangsa pasar sebagai penetapan harga. Pangsa pasar juga dapat berupa pangsa pasar relatif dan pangsa pasar absolut. Dalam pangsa pasar relatif yaitu dimana perbandingan antara penjual produk dari perusahaan dan penjualan produk pesaing utama. Sedangkan pangsa pasar absolut yaitu

perbandingan antara penjualan produk perusahaan dan penjualan produk industri secara keseluruhan.⁷⁶

5. Aliran Kas

Sebagian perusahaan menetapkan harga agar menghasilkan kas secepat mungkin. Tujuan ini biasanya dipilih manakala perusahaan bermaksud menutup biaya pengembangan produk secepatnya, selain itu, apabila siklus hidup produk diperkirakan berlangsung singkat, maka tujuan ini dapat menjadi pilihan strategi.

6. Kualitas Produk

Kualitas produk dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Harga yang mahal biasanya dijadikan indikator kualitas tinggi oleh para konsumen. Upaya menghasilkan produk berkualitas tinggi biasanya membutuhkan biaya besar diantaranya yaitu biaya riset dan pengembangan, serta biaya bahan baku yang akan digunakan. Dengan demikian, apabila konsumen memperspesikan produk dan merek spesifik yang berkualitas tinggi, maka produk dan merek tersebut dapat berpeluang *survive* lebih besar dalam pasar yang sangat kompetitif. Konsumen mempertimbangkan merek serta produk tersebut sekalipun harganya lebih mahal.

Sedangkan tujuan penetapan harga menurut pendapat Kasmir, yaitu :⁷⁷

⁷⁶*Ibid*,h.225.

1. Untuk Bertahan Hidup

Artinya dimana dalam kondisi tertentu terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi, dalam hal ini sebuah perusahaan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk dan jasa yang ditawarkan laku dalam pasaran.

2. Memaksimalkan Laba

Tujuan penetapan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkatkan laba dapat ditingkatkan.

3. Memperbesar Market Share

Penentuan harga ini dengan harga yang murah. Sehingga diharapkan jumlah konsumen meningkat dan diharapkan pula konsumen pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4. Mutu Produk

Tujuan dalam hal ini yaitu untuk memberikan kesan bahwa produk atau biasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin.

5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

A. Faktor Secara Umum

a. Permintaan

Permintaan akan timbul dari keinginan, teori permintaan menerangkan tentang hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Hal ini menjelaskan dua hal yang berbeda satu dengan yang lainnya. Tetapi

⁷⁷Kasmir, *Pemasaran Bank, Edisi Pertama*, (Jakarta:Kencana, 2005), h.153-155.

walaupun berbeda tetap saling berhubungan dari keduanya. Dimana keinginan saja tidak akan berpengaruh terhadap tingkat harga sedangkan permintaan memiliki makna yang lebih dalam dari pada keinginan.⁷⁸

Permintaan adalah sebuah keinginan yang dimana disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan, dan setiap individu boleh memiliki atau mempunyai keinginan kepada apa yang diinginkannya. Akan tetapi apabila keinginan tersebut tidak ditunjak oleh ketersediaan barang atau serta dengan kemampuan untuk membeli, maka keinginan tidak terpenuhi dan hanya keinginan saja.⁷⁹

b. Penawaran

Penawaran adalah bentuk daftar yang menunjukkan jumlah-jumlah barang yang ditawarkan untuk dijual pada berbagai tingkat harga pada suatu pasar pada suatu waktu yang telah ditentukan. Syarat yang cukup untuk mewujudkan sebuah transaksi dalam pasar yakni dengan adanya sebuah permintaan dan penawaran.⁸⁰

Faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah penawaran itu sendiri selain harga yaitu antara lain :⁸¹

⁷⁸Suherman Rosidi, *Pengantar Teori Ekonomi*,(Jakarta: Rajawali Pers,2009),h.291.

⁷⁹*Ibid.*

⁸⁰Sadono Sukirno,*Mikro Ekonomi*,(Jakarta: Rajawali Pers,2005),h.85.

⁸¹Robert S. Pindyck dan Daniel L.Rubinfeld, *Mikro Ekonomi*,(Jakarta: Indeks,2009),h.24.

1. Harga Barang Itu Sendiri

Jika harga barang naik maka dimana produsen akan menambah jumlah barang yang dihasilkan. Sesuai dengan hukum penawaran “Semakin tinggi harga barang, maka akan semakin banyak jumlah yang ditawarkan, begitu pula dengan sebaliknya.

2. Harga Barang Yang Berkaitan

Seperti yang kita ketahui bahwa ada harga yang sifatnya berkaitan dengan barang lain, terutama barang substitusi. Hal tersebut dapat dilihat dengan bahwa naiknya harga lain, akan meningkatkan penawaran ke atas suatu barang tertentu. Dalam kedua variabel ini dapat secara berlawanan, antara harga barang lain dengan jumlah penawaran ke atas suatu barang tertentu.

3. Harga Faktor Produksi

Kenaikan harga produksi seperti tingkat upah yang lebih tinggi, harga bahan baku yang meningkat, atau kenaikan tingkat bunga modal atau menyebabkan perusahaan memproduksi dimana outputnya lebih sedikit dengan jumlah anggaran yang tetap. Dengan demikian barang yang ditawarkan akan berkurang.

4. Teknologi Produksi

Teknologi merupakan sebuah sesuatu faktor yang dapat mempengaruhi biaya produksi. Dengan demikian, teknologi sangat berkaitan dengan biaya produksi, dengan sendirinya berkaitan juga dengan input. Semakin bagus penerapan teknologi oleh suatu

perusahaan, maka akan semakin efisien penggunaan input, sehingga biaya produksi bisa ditekan seminimal mungkin. Dengan demikian perusahaan bisa meningkatkan hasil produksi, sehingga jumlah penawaran ke atas suatu barang akan meningkat.

c. Faktor Secara Ekonomi Islam

a. Permintaan Islam

Sebuah teori permintaan yang di istilahkan dan dijelaskan oleh Ibn Taimiyah dengan keinginan terhadap sesuatu merupakan salah satu faktor pertimbangan dari permintaan, dalam sebuah literatur ekonomi, dimana teori permintaan yaitu hubungan antara jumlah permintaan dengan harga. Permintaan adalah banyaknya jumlah dari suatu barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, dan pada tingkat harga tertentu, serta tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Dalam hal ini konsumen memiliki refrensi terhadap barang dan jasa sekaligus juga ia memiliki sebuah kemampuan, uang dan pendapatan untun membeli dalam rangka memenuhi keinginannya serta kemampuannya tersebut sering kali diberi istilah daya beli.⁸²

b. Faktor-Faktor Penentu Permintaan

Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan suatu yang kompleks berasal dari Allah SWT, akan tetapi pada dasarnya dimana faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah sebagai berikut ini :

⁸²Rozalinda, *Op.Cit*,h.65-66.

1. Harga barang yang bersangkutan

Harga barang yang bersangkutan ini merupakan bentuk penting dalam permintaan, hubungannya antara harga dan jumlah dari permintaan itu sendiri adalah negatif. Semakin tinggi tingkatan suatu harga, maka akan semakin rendah jumlah permintaan, dengan demikian pula sebaliknya.

2. Efek Substitusi

Efek substitusi adalah jika harga suatu barang naik maka hal ini akan mendorong konsumen untuk mencari barang lain sebagai pengganti barang yang telah naik harganya. Permintaan barang tersebut akan menurun beralih kepada barang pengganti.

3. Efek Pendapatan

Efek pendapatan ini adalah jika harga suatu barang naik, berarti pendapatan riil konsumen turun sebab dengan pendapatan yang sama konsumen hanya bisa membeli lebih sedikit. Dengan demikian konsumen akan mengurangi permintaannya terhadap barang tersebut.

4. Pendapatan Konsumen

Pendapatan merupakan sebuah faktor penentu dari selain harga barang. Semakin tinggi pendapatan konsumen, maka semakin tinggi daya beli konsumen sehingga permintaan akan barang tersebut juga akan meningkat. Sebaliknya, jika konsumen semakin rendah

pendapatan, maka akan rendah pula daya beli, dan akhirnya permintaan akan barang tersebut akan menurun.

5. Harga Barang lain yang Terkait

Harga barang lain yang terkait juga menentukan permintaan suatu barang. Barang lain disini adalah substitusi dan komplementer dari barang tersebut. Jika barang substitusi turun, maka permintaan barang tersebut turun. Sebab konsumen beralih pada barang substitusi naik, maka permintaan akan barang tersebut akan naik, sementara jika harga barang dari komplementernya naik, maka permintaan akan barang tersebut turun. Sebaliknya jika harga barang komplementernya turun, maka permintaan terhadap barang tersebut akan naik.

6. Selera Konsumen

Dalam hal selera konsumen ini merupakan hal yang penting dalam menentukan permintaan terhadap suatu barang. Jika selera konsumen terhadap barang tinggi, maka permintaan akan barang tersebut juga tinggi, meskipun harganya mahal. Sebaliknya meskipun harganya rendah, maka konsumen tidak tertarik untuk membelinya.

7. Pengharapan / Ekspetasi

Ekspetasi ini dapat bersifat positif maupun negatif. Dalam kasus ekspetasi positif konsumen akan lebih terdorong untuk membeli suatu barang, sedangkan ekspetasi negatif menjadi sebaliknya.

8. Mashlahah

Mashlahah merupakan tujuan utama dalam konsumen barang . Sebab maksimasi *mashlahah* merupakan cara untuk mencapai *falah*, karena mashlahah merupakan kombinasi antara manfaat dan berkah. Pengaruh mashlahah ini terhadap permintaan tidak bisa dijelaskan secara sederhana sebagaimana pengaruh faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya sebab ia akan tergantung pada tingkat keimanan seseorang.

c. Faktor-faktor Penentu Penawaran

Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada beberapa tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut :

1. Harga barang itu sendiri dan harga barang lain atau substitusi jika harga barang lain, maka barang yang akan ditawarkan naik dan jumlah penawaran akan meningkat, sebaliknya jika harga barang rendah penawaran akan turun karena jumlah barang yang ditawarkan berkurang.

2. Biaya Produksi

Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan jasa mencakup biaya tenaga kerja, bahan baku, sewa gedung, mesen, tanah, biaya administrasi, pajak, dan biaya lainnya.

3. Tingkat teknologi yang digunakan

Teknologi adalah penemu dan peningkatan teknologi yang diterapkan untuk menurunkan biaya produksi. Jika diterapkan teknologi baru, maka biaya produksi akan semakin rendah sehingga penawaran akan meningkat. Begitu pula sistem manajemen yang mampu mempertinggi efisiensi biaya produksi, maka penawaran akan meningkat.

4. Jumlah Penjual

Jumlah penjual mempunyai dampak secara langsung terhadap penawaran. Makin banyak jumlah penjual yang mampu menjual pada tingkat harga tertentu maka makin tinggi penawaran.

5. Kondisi Alam

Kondisi alam mempunyai pengaruh terhadap penawaran, misaal terjadinya bencana alam, maka penawaran barang tertentu akan berkurang khususnya pada barang-barang dari hasil pertanian.

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Peternakan Telur Puyuh Di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan

1. Sejarah Singkat peternakan Telur Puyuh

Sesuai dengan objek yang akan penulis teliti maka gambaran umum tentang peternakan telur puyuh di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan, adapun beberapa hal yang bersangkutan dalam penelitian atau pembahasan skripsi ini:

Peternakan telur puyuh adalah sebuah tempat di mana terjadinya perkembangbiakan dari hewan burung puyuh yang akan menghasilkan sebuah telur. Kemudian dari hasil perkembangbiakan ini yang berupa telur akan diperjualbelikan ke pasar, rumah makan dan lain-lainnya dalam bentuk sebagai suplayer bahan pokok untuk kebutuhan sehari-hari ini.

Telur burung puyuh merupakan jenis burung yang tidak dapat terbang, ukuran tubuh relatif kecil, berkaki pendek dan dapat diadu. Burung puyuh juga disebut gemak. Telur burung puyuh merupakan telur yang berukuran kecil, bercorak, dan rasanya enak. Telur puyuh sangat potensial untuk dikembangkan terlebih karena konsumsi telur puyuh sudah mulai menyebar di seluruh kota-kota menengah dan kota-kota besar, kandungan protein dan lemak telur puyuh cukup baik bila dibandingkan dengan telur unggas lainnya.

Peternakan telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin ini di dirikan pada awal tahun 2017 oleh seorang Bapak bernama Sarwoko yang merupakan

selaku warga setempat dengan bermodalkan dana pribadinya untuk membuka usaha ini dengan tujuan agar terciptanya lapangan pekerjaan bagi warga setempat.

Setelah berjalannya 1 tahun untuk mengoptimalkan dari hasil beternak telur puyuh ini, Bapak Sarwoko sudah membuka peternakan telur puyuh yang menjadi berkembang, ia membuka kembali lapangan pekerjaan untuk menjadi cabang yang semitranya yang terletak tidak jauh dari Desa Merak Batin tersebut.

2. Profil Peternakan Telur Puyuh

Peternakan telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin ini memiliki 4 kelompok (peternak) dan 10 orang yang menjadi anggota di dalamnya. Peternakan pertama yang dipimpin oleh Bapak Sarwoko ini mempunyai cabang peternakan telur puyuh semitra yang ke dua dan ke tiga dari 4 kelompok yang disebut di atas tadi. Memiliki 10 orang pegawai yang di mana terdapat 5 orang anggota yaitu Bapak Sumartoni, Sunarman, Budi Hantoro, Rustandi, dan Bapak Paryanto sebagai pekerja pegawai kandang yang mengatur masuk dan keluarnya pangan untuk ternak, serta sebagai dari pekerja yang menjaga kebersihan kandang dan menjaga keamanan dan lain-lain yang bersangkutan dengan kandang peternakan telur puyuh di Desa Merak Batin ini.

Selanjutnya yaitu 3 orang yang dipekerjakan oleh Bapak Sarwoko dalam peternakannya sebagai pegawai jual antar dari telur puyuh yang dihasilkan. Ke 3 pegawai ini yaitu Bapak Gery. F, Mamasri, dan Iim. Mereka bertugas dalam jual beli yang dilakukan setelah telur diolah dari kandang dan

siap untuk diperjualbelikan di pasaran atau dalam masyarakat yang ada di sekitarnya, serta sebagai petugas yang mencatat keluar masuknya telur yang telah bisa diperjualbelikan dari kandang.

Pekerja selanjutnya yang diperkerjakan oleh Bapak Sarwoko ada 2 pekerja wanita yaitu Ibu Neno Ningsih dan Ratna Juwita sebagai pegawai yang menjual telur puyuh yang berada di pasaran sebagai bentuk hasil tambahan yang dihasilkan oleh Bapak Sarwoko yang tidak hanya dilakukan di dalam peternakan telur puyuh itu saja yang berada di Desa Merak Batin kec. Natar kab. Lampung Selatan.

Sistem pekerjaan di atas itu dimaksudkan oleh Bapak Sarwoko sebagai bentuk untuk membangun pekerjaan yang tepat dan cepat pada posisi pekerjaan masing-masing dari setiap anggota pekerjaannya, sehingga pekerja yang satu dengan pekerja yang lain bisa saling fokus dan bertanggung jawab dalam pekerjaan yang dilakukannya di dalam peternakan telur puyuh tersebut.

B. Mekanisme Penetapan Harga Jual Telur Puyuh di Desa Merak Batin Kec.Natar Kab.Lampung Selatan

1. Praktek Jual Beli Telur Puyuh

Praktek jual beli telur puyuh ini sudah dilakukan kurang lebih dengan kurung waktu dua tahun lebih dan sudah memiliki 4 kelompok yang dimana memiliki masing-masing 10 orang anggota yang hampir keseluruhan anggota terbanyak dalam peternakan telur puyuh ini yaitu seorang laki-laki dikarenakan pekerjaan yang terjadi di lapangan membutuhkan banyak tenaga yang ekstra, baik itu berupa pengangkutan pupuk, pembersihan dan perawatan kandang

yang tidak bisa asal-asalan dikarenakan burung puyuh merupakan hewan yang mudah stres, serta menjaga selalu kebersihan kandang membutuhkan tenaga yang ekstra, agar telur yang dihasilkan tidak banyak yang cacat atau gagal untuk di panen, maka dari itu beberapa pegawai perempuan hanya ditempatkan oleh Bapak Sarwoko dalam sistem penjualan di pasar saja.⁸³

Dalam prakteknya jual beli yang dilakukan dalam peternakan telur puyuh di Desa Merak batin Kec.Natar Kab. Lampung Selatan ini yang terdapat 4 kelompok. Satu sampai tiga peternak merupakan mitra atas kepemilikan satu orang dan satu kelompok lainnya yang merupakan kepemilikan orang lain ini menjadi persaingan dalam bisnis peternak telur puyuh.

Alasan mengapa peternak telur puyuh ini menjadi pesaing bisnis yaitu karena ternak 1 yang dipimpin Bapak Sarwoko dan Peternakan ke 2 dan ke 3 dari peternak telur puyuh ini merupakan cabang dari kepemilikan ternak 1 yang dipimpin Bapak Sarwoko, kemudian peternak telur puyuh yang ke 4 dipimpin oleh Bapak Andi yang merupakan kawan dari Bapak Sarwoko ini memiliki selisih harga penjualan yang sangat berbeda, bisa dibilang dengan harga yang sangat amat rendah dari harga jual yang telah disepakati oleh sesama penjual dari peternak telur puyuh di Desa merak batin kec. Natar kab. Lampung Selatan.⁸⁴

Alasan dari peternak telur puyuh yang dikelola oleh Bapak Andi ini memberikan harga yang jauh berbeda dari peternakan lain yaitu lebih murah

⁸³Wawancara dengan Bapak Sarwoko, Pemilik Peternakan Telur Puyuh Desa Merak Batin, 29 Mei 2019.

⁸⁴Wawancara dengan Sumartoni, Pegawai Kandang Peternakan Telur Puyuh Desa Merak Batin, 29 Mei 2019.

dikarenakan proses produksi yang dilakukan untuk memproduksi telur puyuh sangat banyak sehingga untuk mengurangi dampak telur yang dihasilkan menjadi busuk, maka peternak yang dikelolah oleh Bapak Andi memberikan harga yang murah dengan keuntungan yang sedikit namun dengan kualitas telur yang sama dengan peternak yang lain nya.

Menurut Bapak Sunarman selaku pegawai kandang peternakan telur puyuh Desa Merak batin ini bercerita dalam wawancaranya dengan adanya proses perawatan serta pengolahan tempat yang baik agar terciptanya sebuah tempat bertelur yang nyaman bagi burung puyuh tersebut, dikarenakan hewan ini merupakan hewan yang bisa dibilang atau tergolong hewan yang susah-susah gampang untuk dibudidayakan karena bisa cepat stres.⁸⁵ Sehingga dampak yang dialami apabila hewan ini stres yaitu susah nya menghasilkan telur yang layak dijual.

Dalam prakteknya jual beli telur puyuh ini menentukan harga atau sebagai penetapan harganya yaitu dengan kesepakatan antar peternak atau pedagang telur puyuh yang menyeimbangkan perekonomian dalam ekonomi pasar dan kebutuhan masyarakat setempat.

Di dalam 4 kelompok (Peternak) telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan ini, peternakan yang dipimpin oleh Bapak Sarwoko dan ke dua peternak semitranya atau cabangnya, serta peternakan yang dimiliki Bapak Andi bersepakat bahwa harga terendah penjualan telur puyuh ini yaitu seharga Rp25.000/100 butir telur puyuh harga

⁸⁵Wawancara dengan Sunarman, Pegawai Kandang Peternakan Telur Puyuh Desa Merak Batin, 29 Mei 2019.

kandang dan harga termahalnya seharga Rp 28.000/100 butir telur puyuh harga kandang apabila ukuran telur yang dihasilkan kecil, tetapi apa bila telur puyuh yang dihasilkan bisa terbilang cukup besar maka 100 butir telur puyuh menjadi 90 butir telur puyuh ukuran besar atau ukuran sedang.

Dari peternakan selanjutnya yang dilakukan dengan hasil panen telur puyuh tersebut yaitu telur diolah dalam peti kemas yang akan digunakan untuk diperjualbelikan di pasaran, dengan pemasaran yang telah ditentukan dari peternakan itu sendiri dengan kesepakatan antar sesama penjual telur puyuh dari peternakan.⁸⁶ Ada juga apabila masyarakat membutuhkan langsung telur puyuh yang sudah dapat diperjualbelikan bisa langsung memesan pesanan telur puyuhnya di kandang tempat penghasil telur puyuh tersebut tanpa harus menuju jauh-jauh pergi ke pasar yang ada di tempat.

2. Proses Penetapan Harga Dalam Jual Telur Puyuh

Dalam proses penetapan harga dalam jual beli telur puyuh yang dijelaskan oleh Bapak Budi Hantoro dalam wawancaranya kepada penulis ini yaitu dilakukan dengan tidak adanya patokan perseorangan dalam harga, melainkan sesama pedagang telur puyuh menyeimbangkan dengan harga sesama kandang,⁸⁷ yang dimana kebutuhan kualitas makanan menjadi proses utama dalam penentuan harganya.⁸⁸ Serta melihat tingkat naik turun nya harga

⁸⁶Wawancara dengan Bapak Sarwoko, Pemilik Peternakan Telur Puyuh Desa Merak Batin, 30 Mei 2019.

⁸⁷Wawancara dengan Budi Hantoro, Pegawai Kandang Peternakan Telur Puyuh Desa Merak Batin, 29 Mei 2019.

⁸⁸Wawancara dengan Rustandi, Pegawai kandang Peternak Telur Puyuh Desa Merak Batin, 29 Mei 2019.

untuk barang dalam pasarnya menyesuaikan dengan perekonomian masyarakat yang ada disekitarnya. Dan Sehingga apabila peternak 1 menentukan harga per 100 butir telur puyuh dengan harga Rp25.000, maka peternak yang lain menjual dengan harga yang sama yaitu Rp25.000/100 butir telur puyuh atau per peti yang diperjualbelikan.

Menurut pendapat Bapak Paryanto dari hasil wawancaranya kepada penulis yaitu di mana harga-harga di atas dapat berubah nominal apabila hasil telur puyuh yang dihasilkannya kurang bagus. Faktor yang terjadi dalam kurang bagusnya telur yang dihasilkan dikarenakan makanan yang diserap oleh burung puyuh kurang maksimal atau pangan yang didapati kurang bagus sebagai faktor pendorong menghasilkan telur puyuh yang baik. Kurangnya kualitas standar makanan yang diberikan di peternakan menentukan harga yang akan diberikan oleh peternakan sebagai telur puyuh yang siap untuk diperjualbelikan dan hasil yang di dapat adalah telur puyuh bisa jauh lebih murah dengan harga Rp 20.000/100 butir telur puyuh.⁸⁹

Harga yang dikeluarkan di atas itu sudah di tentukan berdasarkan dari perhitungan untung rugi dari pihak penyuplay, rugi yang dimaksud disini yaitu dikarenakan tempat yang dipergunakan untuk berkembang biak burung puyuh sangat lembab atau dengan suhu yang tidak pas pada burung untuk berkembang biak dengan baik. Dan dengan prosesnya yang berlangsung dalam penghasilan telur puyuh tersebut terlalu lama yang diambil dari agen pemasok

⁸⁹Wawancara dengan Paryanto, Pegawai Kandang Peternak Telur Puyuh Desa Merak Batin, 30 Mei 2019.

telur puyuh, sehingga menyebabkan hasil yang tidak maksimal atau tidak dengan hasil yang bagus.⁹⁰

Dan menurut Bapak Mamasri dan Iim berdasarkan dari hasil wawancaranya dengan penulis yang dimaksud dengan untungnya di sini yaitu didapatkan dengan memperbanyaknya burung puyuh maka banyak pulalah telur puyuh yang dihasilkan dalam 1 kali burung puyuh bertelur maka menghasilkan 1 butir telur puyuh dan keuntungan yang lain didapat dengan diperolehnya dari harga pakar pemakanannya yang bisa disimpan agar dapat satu kali pembelian pangan bisa dipakai beberapa hari kedepannya.

Maka dari itu apabila kualitas telur puyuh yang dihasilkannya sangat bagus, harga yang dikeluarkan oleh peternakan juga standar harga yang tidak merugikan pihak peternak maupun pihak yang berlaku sebagai pembeli.⁹¹

Harga yang dikeluarkan di atas juga merupakan harga yang sudah terbilang cukup rendah yang telah di keluarkan oleh peternak dalam rata-rata penjualan⁹². Dan harga termahalnya hanya berupa Rp 28.000/100 butir telur puyuh.

⁹⁰Wawancara dengan Gery. F, Pegawai Jual Antar Peternak Telur Puyuh Desa Merak Batin, 2 Juni 2019.

⁹¹Wawancara dengan Mamasri dan Iim, Pegawai Jual Antar Peternak Telur Puyuh Desa Merak Batin, 2 Juni 2019.

⁹²Wawancara dengan Neno Ningsih dan Ratna Juwita, Sebagai Penjual Pasaran Dari Peternakan Telur Puyuh Desa Merak Batin, 2 juni 2019.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Penetapan Harga Jual Telur Puyuh Dalam Persaingan Bisnis

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh oleh penulis tentang penetapan harga jual telur puyuh dalam persaingan bisnis yang berada di Desa Merak Batin Kec.Natar Kab.Lampung Selatan ini dalam datanya yang berupa wawancara serta dari hasil mengamati dalam pengetahuan-pengetahuan bermuamalah tentang penetapan harga jual telur puyuh dalam persaingan bisnis, data kepustakaan baik dari data aslinya dan data terjemehkannya, sumber data yang berupa buku-buku lainnya yang bersangkutan dalam penelitian ini yang berjudul “Tinjaun Hukum Islam Tentang Persaingan Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Telur Puyuh” yang kemudian dituangkannya dalam bab-bab sebelumnya, maka sebagai langkah selanjutnya adalah menganalisis data-data yang telah dikumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian yang dimana berdasarkan hukum Islam.

Penetapan harga jual dalam peternakan telur puyuh ini dilakukan karena telah meningkatnya sumber daya manusia yang membutuhkan asupan protein yang tinggi sehingga dapat menyukupkan kebutuhan pangan sehari-hari. Semakin banyak nya sumber daya manusia maka semakin banyak pula lah kebutuhan pokok sandang, pangan dan papan kita yang harus kita penuhi dengan baik pula.

Peternakan telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan ini salah satu contoh sebagai bentuk upaya pemenuhan kebutuhan dari sumber daya manusia yang besar.

Peternakan ini memiliki 4 kelompok (peternak) dengan 10 orang anggota di dalamnya. Ternak 1 yang dipimpin Bapak Sarwoko serta dengan ternak 2 dan ternak 3 yang berada di bawah pimpinan Bapak Sarwoko sebagai bentuk peternakan semitra dari peternakan telur puyuh, dan tersisa 1 kelompok lainnya yang sebagai pesaing bisnis yang dipimpin dengan pemimpin yang berbeda yaitu Bapak Andi selaku teman dari Bapak Sarwoko itu sendiri.

Peternakan yang dikelola Bapak Andi ini memiliki produksi hasil telur yang lebih banyak dari ke 3 peternak lainnya, dengan memproduksi hasil telur yang banyak, Bapak Andi menjual telurnya dengan harga yang murah di pasaran, dengan alasan bahwa telur itu mudah busuk dan tidak bertahan lama. Dengan alasan tersebut maka peternakan yang dikelola oleh Bapak Andi menjual telur dengan harga yang murah. Dengan keuntungan yang sedikit namun memproduksi telur yang lebih banyak dari peternakan yang dikelola oleh Bapak Sarwoko.

Sehingga timbul lah bahwa peternakan yang dikelola Bapak Andi dan Bapak Sarwoko ini menjadi pesaing harga antar sesama peternak telur puyuh. Faktor pendorong sehingga kelompok peternak telur puyuh yang dikelola Bapak Andi tersebut keluar juga melainkan telur itu sendiri yang mudah busuk dan dengan produksi telur yang dilakukan oleh peternak

bapak Andi bisa terbilang cukup banyak sehingga menjual dengan harga yang murah dan dengan keuntungan yang secukupnya serta dengan kualitas barang yang diperjual belikan itu sama dengan peternak puyuh yang lain, namun dengan keuntungan yang banyak atau sering didapatkan menjadi faktor keluarnya Bapak Andi dari kesepakatan yang telah dibuat oleh sesama antar peternak telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan ini.

Jual beli yang dilakukannya berdasarkan kepentingan masyarakat bersama baik itu dalam proses penetapan harga serta dengan memberikan kualitas barang mana yang baik dan mana yang tidak baik, sehingga menjadi standar ketentuan harga yang tidak merugikan masyarakat selaku sebagai konsumen.

Di dalam penetapan harga jual telur puyuh ini kualitas barang menjadi prioritas utama dalam penjualan yang baik, dalam prakteknya jual beli telur puyuh ini menentukan harga atau penetapan harganya yaitu dengan kesepakatan antara peternak dan pedagang telur puyuh yang di mana menyeimbangkan dengan perekonomian masyarakat setempat dengan atau dalam ekonomi pasar yang tidak merugikan pihak-pihak tertentu. Sudah dijelaskan bahwa dalam beretika jual beli yang baik yaitu tidak merugikan orang lain dan tidak merusak jual beli sesama. Di sini dapat dilihat bahwasannya masih banyak orang yang kurang paham dalam beretika yang baik dalam berjualbeli yang tidak menimbulkan *mudharat* bagi orang lain.

B. Pandangan Hukum Islam Tentang Persaingan Penetapan Harga Jual Peternak Telur Puyuh

Hukum Islam merupakan kemampuan untuk berevolusi dan berkembang dalam hal menghadapi persoalan dunia Islam masa kini, prinsip umum hukum islam berlaku di masa lampau, masa kini dan akan tetap berlaku di masa depan.

Harga juga merupakan salah satu variabel dari bentuk pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

Ajaran Islam memberikan perhatian yang benar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna yang terjadi di dalam penetapan harga jual telur puyuh di Desa Merak Batin ini merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomenal alamiah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidak adilan dilarang, yaitu sebagai berikut :

1. *Talaqqi al-Rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual di kampung akan harga yang berlaku di kota. Mencegah masuknya pedagang desa ke kota ini akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
2. Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama dengan jumlah yang sedikit.
3. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
4. Transaksi *Najasy* dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
5. *Ikhtikar* dilarang yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
6. *Ghaban Faahisy* (besar) yaitu menjual di atas harga pasar.

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam dan dalam ekonomi Islam itu sendiri tidak boleh ada pihak yang dirugikan sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an pada Al-Baqarah ayat 279 yang berbunyi:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۚ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ٢٧٩

Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

Hal ini menunjukkan bahwa di dalam upaya penetapan harga jual telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin Kec. Natar Kab. Lampung Selatan ini sebagai manusia harus adanya sikap saling menghargai dan tidak merugikan orang lain dalam berjualan yang adil dan benar. Islam juga mengaruskan untuk berlaku adil dalam berbuat kebajikan di mana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan.

Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan). Berlaku adil akan dekat dengan Allah, dan karena itu berlaku tidak adil akan membuat seseorang atau manusia tertipu oleh pada kehidupan dunia. Karena itu dalam perniagaan Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau *gharar*.

Dalam Al-Qur'an pada surat Hud Ayat 85 berbunyi:

وَيَقُومِ أَوْفُوا أَلْمِكْيَالَ وَ أَلْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا
تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ٨٥

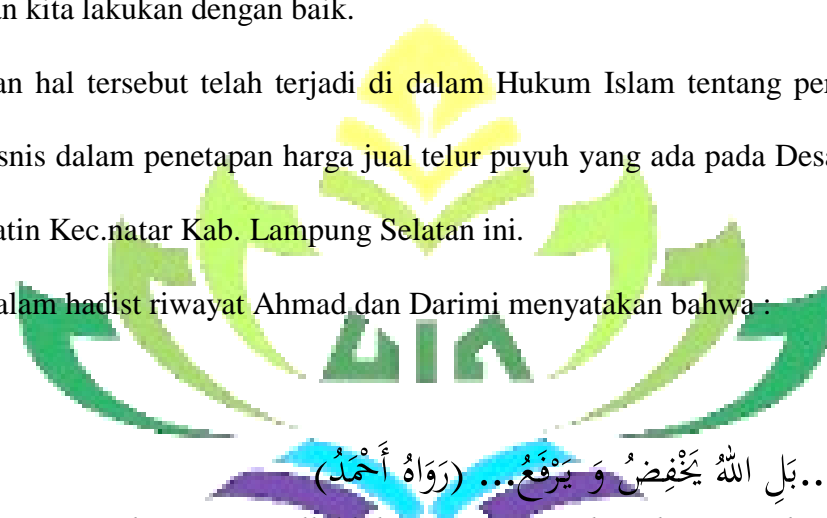
Artinya: “Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan

manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.

Namun di dalam hukum Islam juga telah mengajarkan kita sebagai sesama makhluk Allah SWT apa itu bentuk hasil dari persaingan yang tidak sehat, sehingga merusak akidah-akidah yang telah di tentukan untuk kita pahami dan kita lakukan dengan baik.

Dan hal tersebut telah terjadi di dalam Hukum Islam tentang persaingan bisnis dalam penetapan harga jual telur puyuh yang ada pada Desa Merak Batin Kec.natar Kab. Lampung Selatan ini.

Dalam hadist riwayat Ahmad dan Darimi menyatakan bahwa :



Artinya: “Akan tetapi, Allahlah yang menurunkan dan menaikkan harga”⁹³

Dan hadist (Sunnah) menurut Ibnu Tamiyah bila seluruh transaksi sudah sesuai, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah SWT. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam sebuah hadits yang berbunyi:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ غَلَّا السَّعْرُ فِي عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ فَقَالَ
النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَّا السَّعْرُ فَسَعَّرَ لَنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَ سَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِطُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى

⁹³ Ahmad bin Hanbal, *Op.Cit*, h. 417.

رَبِّي وَ لَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَ لَا مَالٍ (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ وَالْمُسْلِمُ
وَ أَبُو دَاوُدَ وَ ابْنُ مَاجَهَ وَ التِّرْمِذِيُّ وَ أَحْمَدُ بْنُ حَنْبَلٍ وَ ابْنُ حِبَّانَ)

“Pada zaman Rasulullah saw, terjadi pelonjakan harga di pasar, lalu sekelompok orang menghadap kepada Rasulullah saw seraya berkata: ya Rasulullah, harga-harga di pasar kian melonjak begitu tinggi, tolonglah tetapkan harga itu. Rasulullah saw, menjawab: sesungguhnya Allahlah yang (berhak) menetapkan harga dan menahannya, melapangkan dan memberi rezeki. Saya berharap akan bertemu dengan Allah dan jangan seseorang di antara kalian menuntut saya untuk berlaku zalim dalam soal harta dan nyawa.”⁹⁴

Dalam hadist di atas dijelaskan bahwa pasar merupakan hukum alam yang harus dijunjung tinggi. Tak seorang pun secara individual dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Pelanggaran terhadap pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan yang akan dituntut pertanggungjawabannya di hadapan Allah. Sebaliknya dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar adalah laksana orang yang menjual di jalan Allah, sementara yang menetapkan sendiri termasuk perbuatan yang ingkar kepada Allah.

⁹⁴ Abu Abdillah Muhammad bin Yazid bin Majah, *Sunan Ibn Majah*, Juz. II, No. 2200, (Kairo: Dar al-Ihya' Kutub al-'Arabiyyah, 2010), h. 741.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis dalam judulnya yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Tentang Persaingan Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Telor Puyuh yang ber Studi Kasus di Desa Merak Batin Kec. Natar kab. Lampung selatan ini, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Praktek Penetapan Harga Jual Telor Puyuh Dalam Persaingan Bisnis di Desa Merak Batin ini yang merupakan persaingan antara peternakan satu dengan peternakan yang lain dalam berjualan telor puyuh. Penetapan harga jual ini telor puyuh ini berbasis 4 kelompok (peternak) dengan 10 orang anggota di dalamnya. Penetapan harga yang di tentukan dari perekonomian masyarakat yang ada beserta perekonomian harga pasar. Sehingga menghasilkan harga yang murah dan harga yang mahal dengan kualitasnya masing-masing.
2. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Harga Dalam praktek penetapan harga jual telor puyuh yang bermuamalah. Dalam hal ini hukum islam memperbolehkan apabila menjual dengan harga yang murah karena untuk menjual dengan harga yang lebih murah dari harga yang beredar pada umumnya dipasaran selama masing-masing pedagang menjual barang miliknya dengan harga yang ia suka dan pembeli menerimanya dengan tanpa ada rasa keberatan, maka tidak ada alasan untuk melarangnya.

B. Saran

Dalam skripsi ini penulis akan menyampaikan saran yang mungkin perlu diulas kembali

1. Untuk pengolah dari peternakan telur puyuh yang berada di Desa Merak Batin Kec.Natar Kab.Lampung Selatan dan sekitarnya berjualan lah dengan baik yang mengikuti aturan-aturan dari bermuamalah yang telah di tetapkan oleh Allah. Aturan itu dibuat dengan tujuan bahwa agar jual beli yang kita lakukan tidak merugikan orng lain sesama kita sebagai penjual telur puyuh.
2. Untuk masyarakat pilihlah sesuatu hal barang apa pun itu berdasarkan dari kualitas barang itu bagus atau tidak bagusnya, terkadang yang dalam bentuk murah belum tentu bagus dan yang dalam bentuk mahal belum tentu itu yang tidak bagus.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fauzan,S. *Fiqih Sehari-hari*. Jakarta: Gema Insani.2006.
- A.A. Islahi, *konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Cet. I. Surabaya: PT. Bima Ilmu. 1997.
- Abdulkadir Muhammad. *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2014.
- Abu Yusuf. *Kitab al-Kharaj*. Bairut: Dal Al-Ma'rifah. 1995.
- Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal* ,Beirut: Al-Risalah. 2001 .
- Andiwarman Karim. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada cet. 3. 2011.
- Ali Zainudidin, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika. 2009.
- Al-Hafidh Ibnu Hajar Al-Asqalani. *Bulughul Maram Min Adilatil Ahkam*, penerjemah Achmad Sunarto, Cet Pertama, Jakarta: Pustaka Amani. 1995.
- Ar-Rifa'i, M.N. *Tafsir Al-Aliyyu Al-Qadir Li Ikhtisari Tafsir Ibnu Ktasir*, diterjemahkan oleh Syaihabuddin, Ringkasan Tafsir ibnu Ktasir jilid 1. Jakarta: Gema Isnaini. 1999.
- Bagong Suryanto dan Sutinah. *Metode Research*, Jakarta: Prenada Media Group. 2005.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2010.
- Djamil F. *Hukum ekonomi islam, sejarah teori dan konsep*. Jakarta: Sinar Grafika. 2013.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung: Al-Muyassar. 2014.
- Ensiklopedia islam. *Jilid 5*. Jakarta: ihtiar Baru van Hoeve. 2005.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 1997.

- Fandy Tjiptono. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2016.
- H. A. Khumaidi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*. Bandar Lampung: Permatanet Publishing. 2015.
- Herman. *Marketing Strategi edisi 1*. Yogyakarta: Andi offset. 2006.
- Haroen Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007.
- Ibnu Taymiyah, Majmu'fatwa Ibnu Taymiyah, jilid VIII. Kairo. 1976.
- Ibnu Khaldun, Muqadhimah edisi Indonesia, terj. Ahmadi Taha. Jakarta. 2000.
- Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Irwan M. *Pemasaran prinsip dan kasus*. Cet. II. Yogyakarta. 1996.
- Isnaini Harahap. *Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenamedia Group. 2015.
- Kartini Kartono. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: CV. Mandar Maju. 1996.
- Kasmir. *Pemasaran Bank edisi pertama*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2015.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2012.
- Muhammad Bin 'Isa Bin Saurah al-Tirmidzi, *Sunan al-Tirmidzi*, Juz. III, No. 1310, Mesir: Mathba'ah Musthafa al-Babi al-Halibi. 1975.
- Muhammad bin Ismā'il al-Bukhārī, *Shahīh al-Bukhārī*, Juz III, No.2109, Damaskus: Dar Ibn Katsīr. 2002.
- Moh.Thalib. *Tuntunan Berjual Beli Menurut Hadis Nabi*. Surabaya: PT Bina Ilmu. 1977.
- M. Nasib Ar-Rifa'i. *Tafsir Al-Aliyyu Al- qadir Li Ikhtisani Tafsir Ibnu Ktasir, diterjemahkan oleh syaihabuddin Ringkasan Tafsir ibnu ktasir jilid 1*. Jakarta: Gema insani press. 1999.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi islam. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada cet.3. 2013.
- Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*. Cilegon: Ghalia Indonesia. 2011.

- Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Robert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Indeks. 2009.
- Suharsini Arikunto. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Bima Aksara. 1981.
- Sumitro Djodjohadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Cet.I. Jakarta. 1991.
- Sahrani, Sohari. *Fiqih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.
- Saleh Al-Fauzan, *Fiqih sehari-hari*. Jakarta: Gema Insani. 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015
- Sayid Sabiq. *Fikih Sunnah*. Bairut: Dar al-Fikr, 1403 H, jilid 3. 1983.
- Sutrisno Hadi. *Metode Research*. Jakarta: Fakultas Psikologi UGM. 1994.
- Sudarsono, *Kamus Hukum*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya. 2007.
- Suherman Rosidi. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2009.
- Soeharjo Soekanto. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI-PRESS. 2002.
- Sadono Sukirno. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2005
- Syafe'i Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. 2000.
- William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Cet.II. Jakarta: Erlangga. 1996.

Jurnal

- Eka Nuraini Rachmawati dan Ab Mumin bin Ab Ghani, *Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia*, Al-Adalah, Vol.12, No.2, Desember, 2015 (On-Line) tersedia di : <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/view/214> (10 April 2019, pukul 09.00), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

